



Logotype et identité visuelle

RubrikC vous conseil dans le choix de votre identité visuelle

L'identité visuelle exprime, grâce à un style graphique propre à l'entreprise, les valeurs, l'activité et les ambitions de celle-ci.

Identité visuelle :

- Le nom de la marque ou de l'entreprise,
- Le logotype,
- Son symbole ou l'attribut de la marque,
- Le code couleurs
- La police de caractères,

La charte graphique :

- Carte de visite,
- Papier à en-tête,
- Edition publicitaire,
- Emballages,
- Signalétique,
- Badges,

Le premier instrument de votre réussite : le logo ! Le logo est un symbole formé de signes graphiques représentant une marque. Il est la première représentation visuelle d'une marque aux yeux de son public. Sans logo, une marque ne peut exister aux yeux de son public, de ses clients, ni de ses fournisseurs et partenaires. Un logo réussi doit être lisible, cohérent, clair, facilement mémorisable, original, accepté par tous et crédible.

Pour une marque, un logo sert à :

- ▶▶ Etre vue
- ▶▶ Etre reconnue
- ▶▶ Etre mémorisée
- ▶▶ Séduire
- ▶▶ Fidéliser

Un logo pour être vu.

Pour communiquer, une marque doit commencer par **être identifiable**. Elle doit être identifiée par le client ou prospect visé.

Un logo pour être connu et reconnu.

Le logo joue le rôle d'**une signature**. Il est le signe d'identification de la marque.

Un logo pour être retenu, mémorisé.

Un « bon » logo permet de reconnaître, d'identifier instantanément une marque. **Il doit aussi aider à la mémoriser**. Un logo se doit donc d'être personnalisé. Peut-être est-ce un symbole, ou simplement une typographie originale, un code couleur particulier, ou les trois...

Un logo pour séduire.

Etre remarqué, et retenu n'est pas tout. Le logo doit séduire sa cible. **Parler le langage visuel** qui saura l'interpeller.

Un logo pour fidéliser.

Un « bon » logo est également un outil de fidélisation. Un logo sympathique et attachant peut **rendre votre marque plus familière aux yeux de votre clientèle**. En reconnaissant votre signature, le client prêter une attention plus soutenue aux offres que vous pourrez lui faire. Votre communication en sera plus efficace.

Erreur à éviter !

S'il n'existe pas de véritables règles pour créer un « bon » logo, il y a pourtant des erreurs à éviter :

- ▶▶ la complexité
- ▶▶ l'anecdotique
- ▶▶ les modes éphémères
- ▶▶ la banalité

