



Avant de se lancer dans la conception de ton logo, je te propose un moment pour rechercher l'inspiration.

En amont de tout projet graphique, il est indispensable que tu recueilles les informations utiles qui guideront le créatif à révéler ton projet. Pour ton identité visuelle, il est indispensable qu'elle ait du sens pour toi et pour ton entreprise, et qu'elle résonne avec tes valeurs.

J'ai donc besoin de ta collaboration, pour me préciser tes besoins, tes souhaits, tes préférences, etc.



Remarque : Ne te documente pas sur la symbolique des couleurs et des formes avant de faire l'exercice : plus ton intuition sera « libre » de tous préjugés, plus tu auras de chance de faire de belles découvertes.

3.1 IDENTITÉ

Nom de marque :

J'ai choisi ce nom, car :

Il répond à mes valeurs

Il correspond à ma cible

Il reste cohérent dans les pays ciblés

Il était disponible

Autre réflexion :

Le slogan/ baseline qui doit accompagner mon logo est le suivant :



Pas encore de nom de marque ?

C'est un sacré exercice, je te mets sur la piste dans la fiche **mémo 2**.



Pense à ton entreprise et fais une liste de couleurs. Identifie pour chacune d'elle ce qu'elle signifie pour toi.

Un lien utile :

Tu peux t'inspirer également en feuilletant un magazine, en pensant à un lieu qui te parle, à une affiche, un dessin, une peinture... à quoi que ce soit dont l'atmosphère reflète pour toi l'esprit, l'univers que tu aimerais donner à ton entreprise.



Remarque :

Il est important de savoir que si tu veux entrer dans une démarche de durabilité, il faudra tenir compte des différents paramètres qui entrent en jeu au niveau du numérique et de l'impression, Visuelle.be te guidera pour peaufiner tes choix en tenant compte de ces différents facteurs.

3.2 COULEURS

Les couleurs qui me parlent :

En consultant la roue chromatique, tu retrouveras en dessous de chaque teinte une référence précédée d'un #. Note cette référence par ordre de préférence ou sélectionne ton choix dans les propositions ci-dessous.



- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)
- 6)



Tu préfères une palette :

De tons pastels

De tons vifs

*De tons Monocromes**

Les symboliques que tu veux faire passer dans ton choix de teintes :

Internet est ton ami :



Maintenant, tu peux aller y vérifier la symbolique des couleurs, pour préciser ou valider la pertinence de ton choix.

(*) plusieurs teintes dégradées d'une seule couleur.



La police de caractère est un élément important de ta communication. C'est elle qui va donner le ton. Établis la liste des polices de caractère qui t'inspirent.

Identifie pour chaque choix ce que cette police reflète pour toi.

Tu peux t'aider en feuilletant un magazine, en t'inspirant d'une affiche, d'un encart publicitaire,... dont tu trouves que la typographie reflète l'esprit que tu aimerais donner à ton entreprise.



Remarques : Il est important de savoir que si tu veux entrer dans une démarche de durabilité, il faudra tenir compte des différents paramètres qui entrent en jeu au niveau du numérique et de l'impression, Visuelle.be te guidera pour peaufiner tes choix en tenant compte de ces différents facteurs.

3.3 POLICES DE CARACTÈRE

Choix typographique :

Pour m'orienter dans ma recherche, il est utile de me mettre sur la bonne piste. Coche le ou les styles de police de caractères, qui font écho chez toi.

Ma	Sans Serif	Ma	Cursive	Ma	Mono
Ma	Serif	Ma	Manuscrite	Ma	Egyptienne

Tu préfères une police de caractères qui soit :

Sensuelle Affirmée Délicate Amusante Simple

La police de caractères doit inspirer :

Autre remarque :



Pas encore de nom de marque ?

C'est un sacré exercice, je te mets sur la piste dans la fiche **mémo 2**.



Observer, pour mieux se démarquer.

Sois curieux : si ce n'est déjà fait, observe la concurrence. Et n'hésite pas à aller au-delà de nos frontières pour récolter un maximum d'idées et dresser l'inventaire de ce qui se fait dans ton secteur.

En observant, tu vas te rendre compte de ce qui fonctionne et de ce qui fonctionne moins bien. N'hésite pas à en prendre note.



Internet est ton ami :

Note tous les détails, symboles, couleurs, typographies, formes,... qui t'inspirent pour ton logo.

3.3 OBSERVER

Les éléments graphiques qui impactent

Lors de ta recherche, dresse une liste de ce que tu as pu relever dans les logos. Note ce qui t'inspire, mais aussi ce que tu ne veux pas voir dans ton logo.

J'apprécie :

1)

2)

3)

4)

5)

Je n'apprécie pas :

1)

2)

3)

4)

5)



Approche le concept de ton futur logo.

Tu as certainement pu préciser ton idée en analysant la concurrence.

Plusieurs options s'offrent à toi pour concevoir la structure graphique de ton logo. Tiens compte des possibilités offertes par la composition de ton nom de marque.

Par exemple, tu n'aborderas pas un nom en 5 lettres comme un nom composé.



Remarque : aborder la question des supports marketing n'est pas anodine. Certains supports ont des contraintes techniques, qui, si elles ne sont pas anticipées, peuvent te contraindre à adapter ton logo au support, ce qui risque de dénaturer ton identité. Anticiper permet de tenir compte de ces paramètres dès la conception du logo, et de veiller ainsi à présenter une identité uniforme.

3.4 COMPOSITION GRAPHIQUE

Choix de composition

(* *Précision sur le symbole, je désire :*

Essentiellement en texte

*Texte + symbole figuratif**

*Texte + symbole non figuratif**

Symbolique de forme

La forme du logo apporte une symbolique qui peut appuyer ton message



*Harmonie
Esprit
Union
Sécurité*



*Perfection
Précision
Sérieux
Ordre*



*Stabilité
Progrès
Réussite
Sacré*



*Perfection
Collectivité
Technologie
Construction*



*Richesse
Prosperité
Unité
Energie*

Supports marketing

Chaque support a ses propres spécificités, il est utile de penser aux supports marketing que tu envisages pour diffuser ton image de marque.

Administratif (carte de visite, courrier,...)

Stands

Internet et réseaux sociaux

Roll-ups, drapeaux

Packaging, étiquettes produits

Enseignes

Support promotionnel : T-shirts Stylos Véhicules Porte-clés

Autre :