



Création Web & Graphisme  
Julie Landais EI

# **PRÉ-REQUIS ET ÉTAPES DE LA CRÉATION D'UNE IDENTITÉ VISUELLE : LOGO ET CHARTE GRAPHIQUE**

# I. Les critères de réussite d'un logo

Le logo est l'élément central de votre identité visuelle. C'est lui qui synthétise votre entité : le nom et le logo sont les premiers indices sur l'activité, le positionnement (gamme, cible...) et la philosophie de l'entité.

## **Pour être réussi, un logo doit être :**

- Reconnaisable,
- Original (ne doit pas ressembler à un autre logo existant),
- Visible de loin,
- Lisible,
- De forme simple et synthétique : Il ne doit pas en dire trop,
- Intemporel,
- Adaptable à différents supports,
- Déclinable en différents formats, en couleurs, en version monochrome et en niveau de gris,
- En accord avec les codes graphiques du secteur d'activité.

## **Pour être réussi, un logo doit aussi :**

- S'adresser à votre public,
- Vous plaire, car c'est cette image qui sera véhiculer sur vos supports de communication, donc autant être en accord avec elle.

## II. Les différents types de logo

### LOGO TYPOGRAPHIQUE



Logotype



Monogramme (initiales)

### LOGO ILLUSTRATIF



### LOGO PICTOGRAMME



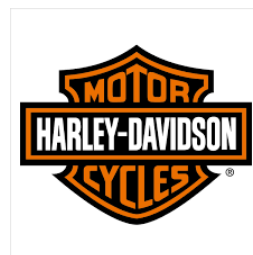
### LOGO MASCOTTE



### LOGO ABSTRAIT



### LOGO EMBLEME



### LOGO MIXTE

(alliant typographie et illustration)



### III. Les étapes de la création d'un logo

#### CREATION D'UN LOGO :

1. Consultation de départ et réponse au brief créatif pour que je m'imprègne de votre projet.
2. Récapitulatif de votre brief, éventuellement sous forme de moodboard pour définir les orientations graphiques du logo.  
Présentation des pistes créatives. Choix de 2 à 3 pistes à approfondir.
3. Présentation des propositions de logo sous forme numérique avec 2 déclinaisons de format pour avoir différentes options selon les supports.
4. Modification d'une des pistes créatives proposées jusqu'à l'obtention du logo final.
5. Fourniture de la charte graphique du logo : références couleurs, typo utilisée-s, guide d'utilisation du logo.

Fourniture des fichiers natifs au format vectorisé .ai, au format web (.png en 72 dpi, RVB) et print (.jpeg en 300 dpi, CMJN)

## IV. Qu'est-ce que l'identité visuelle ?

L'identité visuelle d'une entité est l'ensemble des signaux visuels qu'une entité envoie pour se faire remarquer et pour communiquer.

Les éléments qui constituent l'identité visuelle sont les suivants :

**Le logo** – Il est au cœur de votre identité visuelle. Il permet l'identification de votre marque en un seul coup d'œil. Seul, il peut faire office d'identité visuelle au début d'une création d'entreprise.

**Les couleurs** – Une palette chromatique bien définie permet elle aussi d'être reconnu rapidement. Les couleurs véhiculent des émotions et sont porteuses de symboles. Il est important de respecter une certaine harmonie dans le choix des couleurs, de façon à ne pas « piquer » l'œil.

**Les polices d'écriture ou font** – Elles sont importantes car elles peuvent impacter directement sur le ressenti visuel. Une police manuscrite sera plus conviviale qu'une police bâton, mais peut-être moins lisible aussi. Les polices sont à travailler au regard de ces 2 contraintes : faire passer un message dans leur forme et dans leur contenu.

**Les formes, les signes et les pictogrammes** – ils permettent de renforcer le ton que l'on souhaite donner à l'identité visuelle et d'en faciliter la reconnaissance rapide.

**Les visuels clés** – les visuels clés sont des illustrations ou des images. Ils participent aux côtés des autres éléments à la définition de la marque et à la création de son univers visuel.

**La mise en page** – Sur les supports de communication imprimés comme sur les supports numériques, les mises en page doivent être uniformes et cohérentes.

**La charte graphique** est le document qui reprend l'ensemble des éléments graphiques d'une marque et qui en explique la mise en application ou l'utilisation.

## V. Les étapes de la création d'une charte graphique

### CREATION D'UNE CHARTE GRAPHIQUE :

1. Consultation de départ et réponse au brief créatif pour que je m'imprègne de votre projet.
2. Récapitulatif de votre brief sous forme de moodboard pour définir les orientations graphiques du logo. Présentation des pistes créatives de logo. Choix de 2 pistes à approfondir.
3. Présentation de 2 propositions de logo sous forme numérique avec 2 déclinaisons de format pour avoir différentes options selon les supports.
4. Modification d'une des pistes créatives proposées jusqu'à l'obtention du logo final.
5. Définition choix des polices de titre, texte et d'accent.
6. Palette de couleurs principales et secondaires.
7. Création de motifs, illustrations ou icônes selon les besoins, pour renforcer votre identité
8. Fourniture de photographies libres de droit
9. Fourniture de la charte graphique synthétisant tous les éléments ci-dessus dans un document PDF.
10. Fourniture de visuels de profils et couvertures des réseaux sociaux.
11. Fourniture et installation de la signature de mail.
12. Fourniture des fichiers d'impression pour la carte de visite et le papier en-tête.

## VI. Les supports de votre identité visuelle

L'objectif d'une charte graphique est de pouvoir décliner aisément votre logo et votre identité visuelle sur les différents canaux de communication :

- Site web et application,
- Emails et newsletter,
- Documents de présentation (powerpoint, prezi, word)
- Visuels et bannières web,
- Documents commerciaux ou financier web et print,
- Objets de communication (matériel de bureau par exemple) et PLV,
- Cartes de visites,
- Articles publicitaires print (flyers, dépliants, plaquettes commerciales, brochures).