

# Identité visuelle: logo, marque, charte graphique

Définir, traduire et interpréter graphiquement le positionnement d'une marque

**3 jours / 21 heures**

Tarif inter **1 600 € HT**

CODE : AS005

Tarif intra à partir de **1 590 € HT** par jour (voir page 14)

## OBJECTIFS

- Associer la typographie à l'image et au nom d'une marque
- Choisir et concevoir des formes qui décrivent une marque
- Choisir et concevoir des formes qui remplacent une marque
- Valider l'adaptation d'une marque selon les supports
- Projeter une marque dans la durée

## PUBLIC CONCERNÉ

Maquettistes, graphistes, directeurs artistiques...

## PRÉ-REQUIS

Il est nécessaire d'avoir suivi la formation "De la mise en pages au design graphique" (page 19) ou d'avoir fait des études de graphisme pour accéder à ce stage.

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES



Module  
Présentiel

Accès à  
50000 Tutos

► Quiz Amont / Quiz Aval (voir page 8)

La formation alterne exposés théoriques et exercices d'application qui sont ensuite analysés et évalués collectivement.

## MOYENS TECHNIQUES / SUIVI

- Stage sans informatique
- Matériel de dessin
- Livres, magazines, documentations commerciales...

Informations générales: voir page 195

## PROFIL DE L'INTERVENANT

Directeur artistique ayant plus de 10 ans d'expérience en enseignement.

## PROGRAMME

### Associer la typographie à l'image et au nom d'une marque

- Identifier le nom d'une marque sur le plan visuel / verbal / phonétique
  - Interpréter la typographie en fonction de l'époque et des valeurs pour la rendre singulière
  - Jouer sur les aspects typographiques pour lier le fond et la forme
  - Appliquer des variations, modifications, altérations typographiques pour expérimenter de nouvelles configurations
  - Créer un monogramme pour augmenter l'impact visuel
- **Création d'un monogramme**

### Choisir et concevoir des formes qui décrivent une marque

- Identifier les formes primaires pour les mettre en relation avec une marque
- Traduire le cahier des charges d'une marque pour valider son positionnement: nom, secteur d'activité, valeurs, public visé
- Interpréter les formes primaires pour les transformer en figures

→ **Exercice: transformer une lettre en forme et en contreforme**

### Choisir et concevoir des formes qui remplacent une marque

- Interpréter les formes primaires pour les transformer en image abstraite ou figurée
- Schématiser l'image figurée pour la transformer en pictogramme
- Imaginer des signes pour traduire un positionnement plus créatif

→ **Étude de cas: à partir de marques célèbres, analyser et collecter les éléments essentiels d'identification**

### Valider l'adaptation d'une marque selon les supports

- Construire un logo dans une grille pour en assurer la proportionnalité
  - Appliquer le tracé régulateur pour agrandir ou réduire une marque et l'adapter aux multiples utilisations
  - Concevoir une charte pour identifier clairement une marque et ses codes: typo, forme, couleur
- **Exercice: évaluer la visibilité d'une marque selon les supports (papier, écran, objet, signalétique...)**

### Projeter une marque dans la durée

- Opérer les modifications d'un "relookage" pour rattacher une marque aux signes du temps
  - Composer une identité visuelle pérenne et multisupport
- **Étude de cas: analyser l'évolution de quelques marques dans le temps**
- **Exercice: répondre à un appel d'offres d'identité visuelle et débat/échanges sur les propositions**

## PLANNING PARIS

>	>
>	>
>	2 au 4 septembre 2019
1 au 3 avril 2019	>
>	>
>	2 au 4 décembre 2019

## L'AVIS DES APPRENANTS

"J'ai apprécié l'expertise approfondie et la passion de l'intervenante. Elle sait nous transmettre une culture et des connaissances très pratiques. C'est foisonnant et passionnant."

Aurélien V, chargée de création graphique