

UN LOGO IDÉAL EN 4 ÉTAPES

Tout ce qu'il faut savoir sur la création de logo



SOMMAIRE

INTRODUCTION

5 raisons de posséder un logo	3
Les avantages d'un logo professionnel	3

ETAPE 1 DEFINIR SA MARQUE

1. Qu'est-ce que l'image de marque?	4
2. 6 éléments clés pour créer une marque mémorable	5

ETAPE 2 S'INSPIRER DES MEILLEURS

1. 5 caractéristiques d'un logo idéal.....	8
2. Comment s'assurer que la création est unique.....	11

ETAPE 3 COMPRENDRE LE PROCESSUS DE CREATION

1. Style : Logotype, symbole ou les deux ?	12
2. Couleurs : Messages et émotions	16
3. Police : Trouver celle qui vous correspond	19

ETAPE 4 PREPARER SON CONCOURS DE DESIGN

1. Rédiger un cahier des charges détaillé	21
2. Consacrer du temps aux graphistes	21
3. Connaître les types de fichiers	22

INTRODUCTION

Est-il possible de connaître une entreprise dans son ensemble en seulement quelques secondes? Difficile, mais pas impossible ! C'est là tout le rôle du logo. A chaque fois que vous voyez un logo pour la première fois, vous entrez dans l'univers d'une entreprise.

Un logo bien réalisé met en lumière les particularités de votre industrie, de votre personnalité et permet de vous différencier de vos concurrents.

De la gastronomie ambulante à la startup high-tech, 99designs a aidé des milliers d'entreprises dans le monde à trouver un logo idéal. Les démarches des clients sont diverses : certains ont une vision très précise de ce qu'ils recherchent alors que d'autres sont davantage en attente de propositions de la part de nos designers. Toute cette variété de profils nous a permis d'affûter notre expertise.

Nous avons donc réalisé ce livre blanc pour vous aider à comprendre les fondamentaux d'un logo mémorable. Utilisez-le comme outil lorsque vous vous lancerez dans la création de votre identité visuelle et souvenez-vous que l'imagination débordante de notre communauté de designers se tient à votre disposition pour vous aider.

La création d'un logo est un processus passionnant. Profitez de chaque étape et bonne lecture !

5 RAISONS DE POSSÉDER UN LOGO

Le temps est-il venu pour vous de créer un nouveau logo? Voici cinq raisons qui vous mettront sur la voie.

1. Vous n'avez pas de logo.

Chaque entreprise, quelque soit sa taille et son activité, a besoin d'un logo professionnel. C'est la pierre angulaire de votre image.

2. Votre activité a évolué au fil du temps au dépend de votre logo.

Restez fidèle à votre marque. Un changement stratégique peut justifier la mise à jour de votre logo. Si tel est le cas, essayez d'identifier les éléments que vous souhaitez garder afin de ne pas nuire à votre image de marque.

3. Votre logo n'est pas adapté aux nouvelles technologies.

Les logos qui ne s'affichent pas clairement sur Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux doivent être mis à jour.

4. Votre logo est le fruit d'un bricolage.

Si votre logo est composé de cliparts, d'images pixélisées ou démodées, il est temps de le faire évoluer pour qu'il soit professionnel.

5. Vous n'êtes pas fier de votre logo.

Ressentez-vous de fierté lorsque vous observez votre logo ? Cela devrait être le cas.



LES AVANTAGES D'UN LOGO PROFESSIONNEL

- Attirer de nouveaux clients
- Faire une bonne première impression
- Communiquer votre identité
- Se démarquer des concurrents
- Faire que l'on se souvienne de vous
- Valoriser votre offre

ETAPE 1

DEFINIR SA MARQUE

Avant de démarrer votre projet de création de logo, commencez par définir la chose la plus importante: votre marque. Vous trouverez ci-après quelques conseils pour vous aider dans cette démarche.

L'image de marque

Une marque se construit sur les valeurs fondamentales de l'entreprise. En définissant votre marque, vous traduisez vos valeurs en émotions afin d'établir un contact avec vos clients. Votre image vous permet alors de créer et développer une relation avec vos clients.

Le logo est l'un des outils qui permet d'associer des émotions positives autour de votre marque. Pour cela, il est nécessaire de définir une vision claire, cohérente et honnête de ce que votre entreprise représente. Votre mission, votre clientèle cible, vos valeurs et votre personnalité doivent se refléter dans tout ce que vous faites. Ces éléments vous guideront dans votre communication et vous aideront à bâtir une notoriété et un sentiment de confiance autour de votre entreprise.

Une fois que vous avez défini la vision et la promesse de votre marque, le designer sera en mesure de les traduire en un logo en s'appuyant sur ses connaissances des symboles, des typographies, des couleurs, et des mots.

6 ETAPES POUR DEFINIR VOTRE MARQUE

Voici quelques exercices pour vous aider à rédiger le cahier des charges pour votre concours de logo.

Un logo percutant peut vous être bénéfique pendant des années. Il est donc important de ne pas se précipiter lorsque vous vous lancez dans sa conception. Prenez 20 minutes (ou plus, si vous avez le temps) pour compléter l'exercice ci-dessous. N'hésitez pas à convier vos collègues à cet exercice.

Répondez simplement. Si vous démarrez un concours de logo chez 99designs, vous pourrez utiliser ces informations au moment de rédiger votre cahier des charges en ligne.

1. Vision

En quelques mots, décrivez la raison d'être de votre entreprise et la vision que vous avez de votre marque pour ces prochaines années. Vous pouvez vous aider de la phrase ci-dessous en remplissant les blancs.

Notre entreprise, _____,

a pour but de _____

_____.

Dans cinq ans, nous souhaiterions _____

_____.

✓ **Pourquoi est-ce important:** Votre logo doit refléter ce que vous êtes actuellement et où vous vous voyez dans les années à venir.

2. Valeurs fondamentales

Quelles sont les cinq valeurs fondamentales de votre marque? Pensez à des mots comme innovation, intégrité, leadership, collaboration, passion, qualité, diversité, créativité... Inscrivez ici les valeurs qui incarnent le mieux votre démarche.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

✓ **Pourquoi est-ce important: Gardez ces valeurs en tête au moment d'évaluer les logos qui vous sont proposés.**

3. Personnalité

Si votre marque était une personne, à quoi ressemblerait-elle ? Quels sont les 5 adjectifs qui la décrivent le mieux? Voici quelques mots qui pourraient vous inspirer: dynamique, audacieux, attentionné, tendance, amusant... Cet exercice apportera un coté humain à votre marque auquel votre clientèle cible pourra s'identifier.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

✓ **Pourquoi est-ce important: ces adjectifs vont aider votre designer à prendre les bonnes orientations artistiques (couleurs, police, style...).**

💡 **Conseil: Au moment de remplir votre cahier des charges sur 99designs, vous pourrez noter ces caractéristiques grâce à des échelles. Si certaines caractéristiques ne sont pas disponibles, vous pouvez les ajouter dans le champs « Autres ».**

4. Clientèle cible

Quelle est votre clientèle cible et comment comptez vous répondre à ses besoins? Pour cet exercice, il est important de vous concentrer sur le segment le plus important de votre cible. En identifiant votre clientèle, il sera plus facile de capter son attention en lui mettant en avant ses besoins.

Notre clientèle cible est _____
_____.

Nous répondons à leurs besoins en _____
_____.

- ✓ Pourquoi est-ce important: Votre design va créer un logo attrayant et qui aura du sens auprès de votre cible.

5. Positionnement

Qui sont vos concurrents ? Listez les cinq plus importants.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Comment vous différenciez-vous de leurs offres? Dans quel domaine êtes-vous meilleur qu'eux?

- ✓ Pourquoi est-ce important: Votre logo doit vous démarquer de vos concurrents et mettre en avant ce qui vous rend unique.

ETAPE 2

S'INSPIRER DES MEILLEURS

Il y a toujours une part de subjectivité dans la conception d'un logo, le design n'étant pas une science exacte. Néanmoins les meilleurs logos partagent des points en commun qui font figures de règles dans le milieu. Voici 5 caractéristiques fondamentales que nous vous recommandons de suivre.

Les 5 caractéristiques d'un logo idéal

Simplicité

Recherchez la simplicité. C'est un conseil qui peut s'appliquer à plein d'autres domaines, mais qui s'avère particulièrement pertinent pour la création de logo. Afin d'attirer l'attention de vos clients, il est essentiel de synthétiser toutes les informations que vous souhaitez véhiculer en un message visuel clair et unique.



La simplicité permet de créer des logos identifiables et évocateurs.

Originalité

La dernière chose que vous souhaitez est que l'on vous confonde avec un concurrent. Ainsi, il est essentiel de connaître ce qu'il existe déjà dans votre secteur et encouragez votre designer à trouver une piste originale qui vous démarquera. Choisissez des couleurs, des formes et des symboles distinctifs qui vous aideront à vous différencier tout en restant en accord avec la personnalité de votre marque. Un logo original vous permettra également d'éviter toute possibilité de plagiat.



Irrévéréncieux, traditionnels et luxueux : ces logos de voitures se distinguent par leurs attributs uniques.

Pertinence

Réfléchissez aux codes de votre industrie et aux caractéristiques de votre cible. A quoi vos clients sont-ils sensibles ? La vitesse ou la force ? La convivialité ou l'accessibilité ? Choisissez une émotion qui va permettre aux clients de reconnaître votre personnalité.



Le célèbre Swoosh de Nike met en avant la vitesse alors que Tasty Blowfish inspire la convivialité.

Intemporalité

Pour qu'un logo puisse vous apporter de la notoriété sur le long-terme, il est important que celui-ci puisse vous suivre dans le temps. C'est pourquoi, il est absolument essentiel d'éviter les effets de mode. Un logo peut vivre plusieurs décennies, donc choisissez celui qui incarne le mieux les valeurs fondamentales de votre entreprise.



Deux logos intemporels, créés en 1941 pour CocaCola, 2013 pour Jenny Blad.

Polyvalence

Un logo efficace est un logo reconnaissable sur tous les supports de communication que ce soit un habillage de véhicule, un avatar pour votre compte Twitter, un packaging, une bannière publicitaire en ligne... Assurez-vous qu'il soit autant percutant en couleurs qu'en noir et blanc ; en petit ou en grand. Evitez les éléments qui deviendront illisibles lorsque vous allez réduire l'échelle du logo.



La cible de Target démontre la polyvalence du logo.

Comment s'assurer que la création est unique

Lorsque vous allez commencer votre concours de logo, il est possible qu'au début vous ne soyez pas sûr de ce que vous recherchez.

Attention à ne pas tomber dans le piège de la facilité : il faut absolument éviter les clichés. Certains éléments visuels ont été utilisés tellement de fois qu'ils ne peuvent plus être considérés comme des créations originales. Ils ne vous permettront pas de vous démarquer et ils ne pourront pas être déposés.



Ces symboles démodés sont des exemples de créations génériques. Il est indispensable de garder ses distances avec le générique afin se démarquer.

Pour avoir une meilleure idée des clichés typiques de votre industrie, faites une recherche sur Google Image en tapant « Logo + le nom de votre industrie » (ex : logos de brasserie »)



En analysant les logos de votre industrie, prenez le temps d'analyser ceux qui, selon vous, fonctionnent et ne fonctionnent pas, et pourquoi. Est-ce que certains de ces designs arrivent à communiquer ce que vous souhaitez véhiculer à travers votre marque?

Conseil: Indiquez dès le début à vos designers ce que vous pensez être inapproprié pour votre logo. Le cahier des charges est l'endroit idéal pour lister ces informations.

ETAPE 3

COMPRENDRE LE PROCESSUS DE CREATION

Vert ou bleu ? Lettrage, icône ou bien une combinaison des deux ? Garamond ou Helvetica ? Votre designer va devoir prendre un certain nombre de décisions au moment de concevoir votre logo. Le but pour vous est de connaître et comprendre les différents composants d'un logo pour pouvoir l'orienter et lui faire des retours pertinents.

1. Style

Lettrage, symbole, ou les deux?

Au moment de rédiger votre cahier des charges sur 99designs, vous avez la possibilité de sélectionner trois styles de logos afin de recevoir différentes propositions de la part des designers. Nous allons vous présenter ici les principaux styles de logo afin de vous aider à faire le meilleur choix pour votre marque.

Logotype

Un logotype (ou logo typographique) est constitué d'un ou plusieurs mots qui illustrent un positionnement de manière distincte.

C'est un choix de logo qui s'avère pertinent si vous avez :

- Un nom court, unique voire amusant
- Un nom clair et explicite
- La volonté de construire votre notoriété autour de votre nom

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font, with each letter in a different color: blue, red, yellow, blue, green, and red.The COMMOTION logo features the word "COMMOTION" in a bold, black, sans-serif font. Above the letter "O" is a small registered trademark symbol (®). Below the word, "EST. 2014" is written in a smaller, black, sans-serif font.

99designs

Sigle/Acronyme

Un sigle ou acronyme de votre marque peut être stylisé pour représenter votre logo.

Ils sont idéaux si:

- Vous souhaitez un symbole qui se suffit à lui-même
- Votre nom est trop long ou trop lourd
- Vous établissez une marque mère



Pictogramme

Le pictogramme s'apparente à une métaphore visuelle de votre entreprise, de vos produits ou de vos services.

Ils sont particulièrement pratiques si:

- Vous souhaitez communiquer de manière rapide sur votre industrie
- Vous ne bénéficiez tellement pas de publicité ou relation presse
- Vous faites confiance à votre designer pour réaliser une création unique et créative



Forme abstraite

Les logos conceptuels se focalisent sur les qualités émotionnelles des couleurs et des formes.

C'est un choix à considérer si:

- Votre offre est complexe ou immatérielle
- Vous souhaitez que votre logo voyage au-delà des frontières
- Votre logo est voué à une grande visibilité auprès de votre public



99designs

Emblème

Ici, le nom de l'entreprise est associé à un pictogramme ou à une forme dans le but de créer un badge, un ensemble inséparable.

C'est un type de logo intéressant si vous souhaitez:

- Mettre en avant le travail d'une équipe
- Donner une impression de force
- Transmettre un sentiment de tradition



99designs

Mascotte

Les mascottes sont des personnages – animaux, humains, inventions – qui représentent votre entreprise.

Choisissez une mascotte si:

- Vous souhaitez renforcer l’attachement à votre marque
- Vous pensez donner une touche enjouée à votre marque
- Le nom de votre entreprise fait référence à une personne spécifique



Web 2.0

Ce style comprend toutes les autres tendances que l’on peut voir sur internet : flat design, linéarité.

Optez pour ce style si vous :

- Vous situez dans le domaine technologique
- Recherchez un style sophistiqué et élégant
- Votre business est avant tout en ligne – sur internet



99designs

2. Les couleurs

La science associée à la signification des couleurs et à leurs impacts sur chaque individu est extrêmement complexe. Néanmoins, avec une connaissance basique de la palette de couleurs, vous allez être capable de comprendre et d'aider votre designer dans ses choix. En lui décrivant votre activité, il sera capable de déterminer les couleurs qui communiquent le mieux votre marque.

Ci-dessous, vous trouverez les associations de couleurs les plus communes. Il est essentiel de les connaître afin de pouvoir faire des suggestions pertinentes à votre designer.

Rouge

Exprime la passion, la confiance, le dynamisme et capte l'attention.



99designs

💡 **Conseil:** Utilisez le rouge pour stimuler les émotions.

Orange

L'orange est une couleur agressive mais amicale qui inspire l'enthousiasme, l'aventure, l'optimisme.



99designs

💡 **Conseil:** L'orange est énergique et va toujours vers l'avant.

Jaune

La bonne humeur du jaune est contagieuse et exprime la chaleur, l'originalité, la convivialité.



banana**box.ch**

99designs

💡 **Conseil:** Attirer les clients avec une touche de jaune.

Vert

Le vert est naturellement agréable à la vue et exprime l'équilibre, la fraîcheur et la santé.



99designs

💡 **Conseil:** Choisissez le vert pour inspirer la nouveauté.

Bleu

Le bleu est une couleur profonde qui incarne la confiance, le calme, l'intelligence.

facebook.



💡 **Conseil:** Fidélisez vos clients avec le bleu.

99designs

Violet

Le violet est une couleur apaisante que l'on associe souvent à l'imagination et au luxe.



99designs

💡 **Conseil: Montrez votre côté artistique à travers le violet .**

Rose

Des friandises à la sensualité, le rose incarne la féminité, la sensualité, la protection.



99designs

💡 **Conseil: Pour une tendance féminine, pensez au rose.**

Noir

Secret, élégant, puissant et sophistiqué, le noir apporte une touche de mystère.



99designs

💡 **Conseil: Soyez audacieux et beau en noir.**

Essayez plusieurs couleurs

Souvenez-vous bien que vous n'êtes pas limité à une seule couleur. Si vous souhaitez montrer la variété de vos produits ou bien si vous vous adressez à des enfants, vous pouvez très bien opter pour un logo multicolore.



💡 **Conseil:** Quelle que soit les couleurs que vous choisirez, assurez-vous que votre logo soit percutant en noir et blanc.

3. Police - Trouver celle qui vous correspond

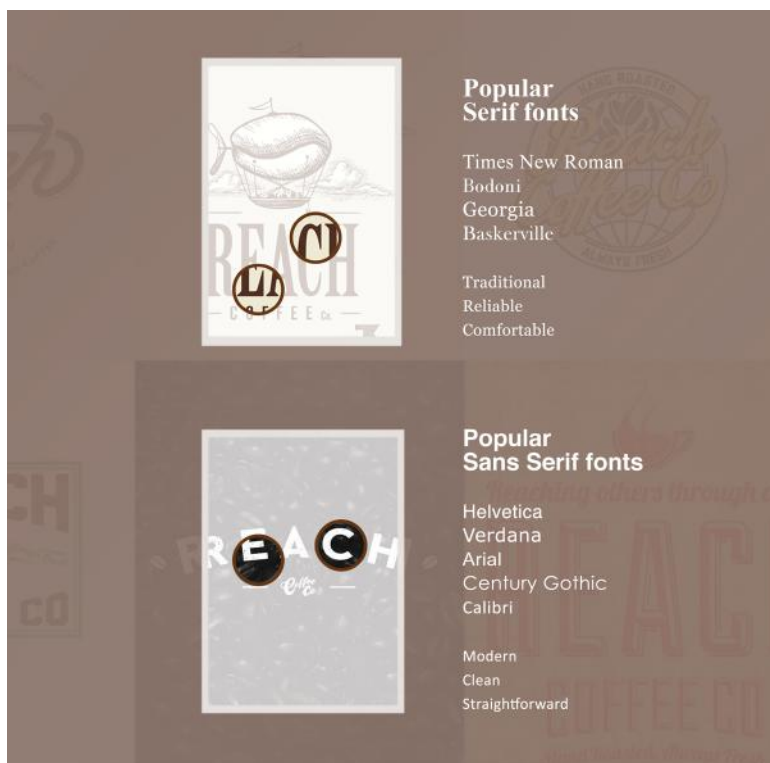
Une police bien choisie va renforcer le message de votre logo (et donc de votre marque). Le rôle du designer va être de trouver la police qui correspond le mieux à votre personnalité. Voici les deux polices de base qu'il faut absolument connaître.

Serif

Les polices Serif (comme la police **Times New Roman**, par exemple) sont composées de caractères avec empattements (petites extensions aux extrémités de ses lettres). Les polices Serif sont un bon choix pour les marques qui souhaitent s'inscrire dans une tradition et inspirer confiance.

Sans serif

Les polices sans Serif (comme la police **Helvetica**, par exemple) sont constituées de caractères à bâton qui ne possèdent pas d'empattements — les lettres ont des bords simples, légers. Ces polices sont populaires pour les marques qui souhaitent incarner la modernité et donner une apparence propre.



Autres polices possibles:

Slab serif

Caractères à empattements en forme de bloc. C'est une police Large, carrée et audacieuse.

Script

Les caractères de cette police sont basés sur la fluidité du mouvement.

display

Cette police décorative peut évoquer une ambiance particulière.

ETAPE 4

PREPARER SON CONCOURS DE DESIGN

A présent, vous êtes prêt à vous attaquer à votre propre logo ! Croyez-en notre expérience, toute l'énergie que vous investirez en amont vous aidera à faire réaliser le logo idéal pour votre entreprise. Voici quelques clés pour réussir votre concours chez 99designs.

1. Rédiger un cahier des charges détaillé

Le cahier des charges est le point de départ pour votre graphiste. Quand vous démarrez un concours sur 99designs, le brief en ligne couvre toutes les questions vues à travers cet ebook, comme votre clientèle cible ou préférences couleurs. Arrivé à ce stade de la lecture, il sera d'autant plus facile pour vous d'y répondre.

Pensez également à partager vos inspirations avec vos graphistes. Parcourez des blogs et des publications en ligne pour trouver de nouvelles idées, même si celles-ci ne correspondent pas à votre industrie. Analysez les créations qui vous semblent intéressantes peut vous aider à trouver (et communiquer) le style que vous aimez. Dès qu'une création vous inspire, sauvegardez-la et téléchargez-la dans votre cahier des charges en ligne.

2. Consacrer du temps aux graphistes

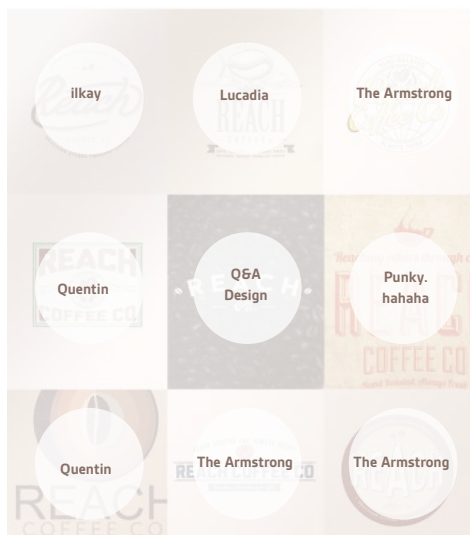
Le concours de design se veut à la fois agréable et efficace. Il nécessite néanmoins une certaine quantité de travail et de gestion de votre part. Lorsque votre concours est en ligne, prévoyez de suivre son évolution deux fois par jour afin de faire des retours précis et réguliers aux graphistes et de noter leurs designs. Cela leur permettra d'affiner leurs concepts et les aidera à créer un logo qui reflète parfaitement les valeurs de votre marque.

3. Les fichiers dont vous avez besoin

Prenez soin d'informer votre graphiste des fichiers dont vous avez besoin. En plus des fichiers traditionnels JPEG et PDF, il vous faudra également un fichier EPS ou bien un fichier Adobe Illustrator que vous pourrez éditer. Pour l'impression, il vous faudra demander des fichiers CMJN avec une résolution d'au moins 300 ppp. Pour le digital, des fichiers JPEG ou GIF (espace colorimétrique RVB) d'une résolution de 72 ppp seront suffisants.

Amusez-vous!

La création de votre logo est une étape toute aussi déterminante que passionnante. Vous donnez vie à votre marque après tout! A l'aide de ce livre blanc, vous avez tous les éléments en main pour vous lancer sereinement dans la création d'un logo sur <http://99designs.fr/logo-design>. Si vous avez besoin d'aide ou de conseils personnalisés, n'hésitez pas à nous contacter par téléphone au +33 (0)1.76.54.26.44 ou par email à support@99designs.fr. Nous serions très heureux de vous aider.



Graphistes ayant réalisés les logos de la couverture.