



Pour mieux défendre son nom...

La plupart des cabinets d'avocats adoptent les patronymes de leurs fondateurs comme raison sociale. Certaines appellations résonnent aujourd'hui comme des noms de grandes entreprises. Ce sont de véritables marques... Doter d'un logotype original son cabinet d'avocats pour mieux l'identifier, comme le fait n'importe quelle autre entreprise de services ou institution est nécessaire, voire impératif. L'association d'avocats Viguié Schmidt en est convaincue. Elle a confié la création de son identité visuelle à P'Référence - Dynamiseur de Marques.

Fabrice PELTIER >>

Contexte

Nicolas Viguié et Yves Schmidt sont avocats à la Cour de Paris. Après plus d'une quinzaine d'années d'expérience, ils décident de fonder leur propre cabinet d'avocats. Comme pour toute création d'entreprise, après avoir choisi son nom, une des premières démarches est d'en définir le graphisme pour l'imprimer sur les cartes de visite, le papier à lettres et les différents supports professionnels utilisés dans la relation clients. Pour être facilement identifié et reconnu grâce à une typographie et des couleurs originales, Viguié Schmidt a fait appel à un professionnel de l'identité visuelle.

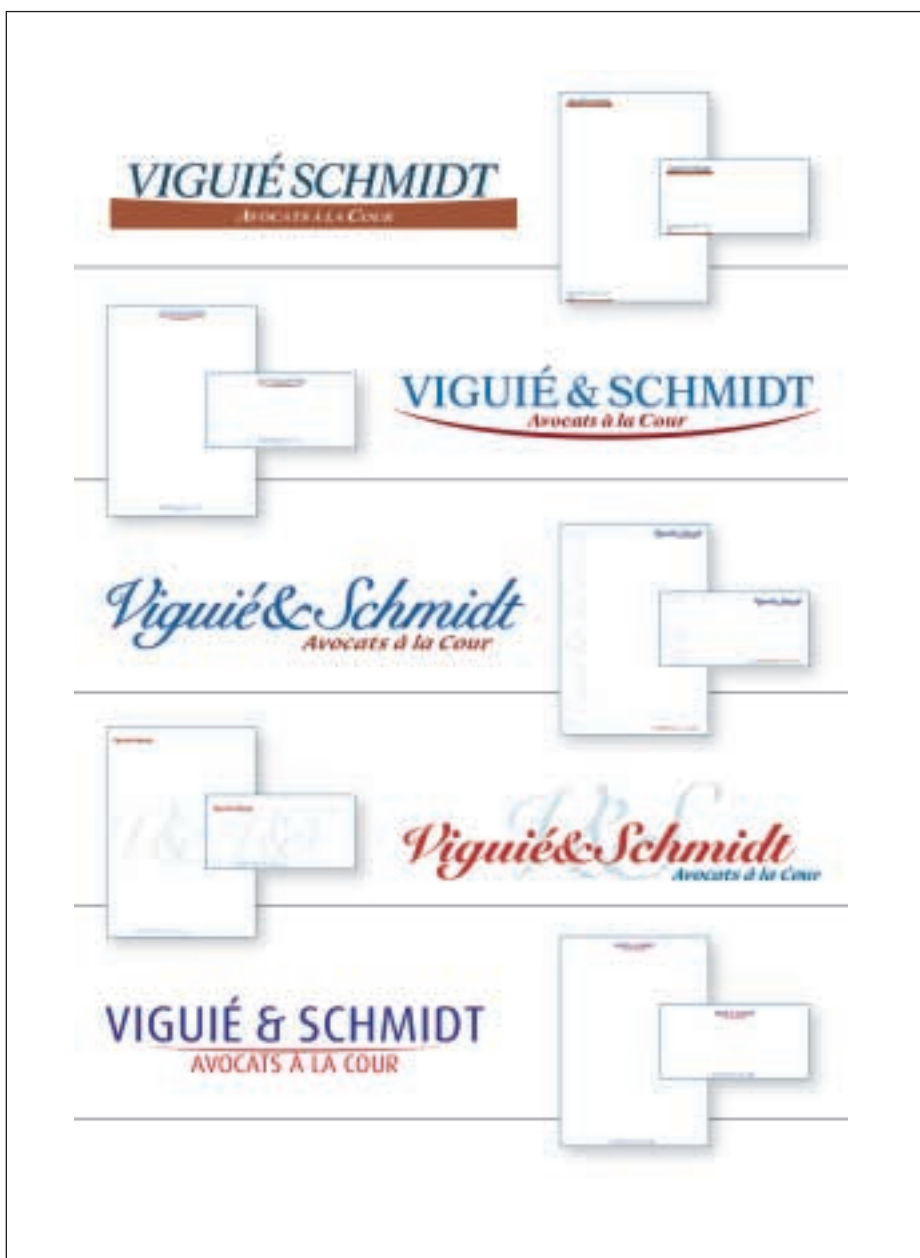
Démarche préalable

Créer le logotype d'une nouvelle entreprise qui porte le nom de ses fondateurs n'est pas une affaire aisée, tant les choix graphiques sont impliquants pour les entrepreneurs. A fortiori pour des professions libérales, des avocats, pour lesquels la prestation "vendue" renvoie à des enjeux personnels. Aussi les deux associés ont-ils dû, avant toute proposition créative de l'agence de design, bien exprimer leurs souhaits et expliquer leurs contraintes légales et déontologiques concernant l'absence de publicité et de démarchage. Il leur a également été demandé de montrer des exemples de logotypes existants qui semblaient, à leurs yeux, correspondre à l'esprit et au style de leur cabinet.

Recommandation de l'agence

Associer simplement les noms "Viguié Schmidt" dans une typographie classique. Installer le nom de l'entité sur un symbole graphique mesuré et suggestif qui permette de communiquer l'expertise et la confiance que doit inspirer le cabinet avec une pointe d'originalité. Opter pour un choix de couleurs vives qui tranche dans un univers professionnel où le noir et toutes sortes de gris règnent en maîtres.

Propositions créatives





**L'identité visuelle,
reflet de la personnalité de votre entreprise**

Dans chaque numéro, Fabrice Peltier, président de l'agence P'Référence - Dynamiseur de marques et adhérent du MEDEF Paris, expose une étude de cas sur la création de l'identité visuelle d'une entreprise. Sa démarche créative et pragmatique vise à nous sensibiliser à l'importance de la représentation graphique, des couleurs, des symboles que nous utilisons pour nous présenter à notre public.

Création graphique

Le logotype retenu par les deux associés communique une image de sérieux sans pour autant sombrer dans l'austérité. Le filet "souriant" qui souligne le nom du cabinet apporte une touche de modernité et de sympathie à l'entreprise. Cette aspérité graphique ouvre des portes pour les futures déclinaisons de son identité visuelle.

Les déclinaisons

Pour un cabinet d'avocats, le principal support de communication est le papier à lettres. Les feuilles de suite de lettres reprennent en bas de page le symbole graphique du logotype. Cette astuce permet de rappeler au destinataire l'émetteur du courrier sans pour autant reprendre de façon systématique et rébarbative le nom de l'entreprise. Les cartes de visite, les cartes de correspondance, en-tête de factures et de fax, sont déclinées en parfaite harmonie, de manière à communiquer une image cohérente. Une première carte de vœux, faire-part de naissance, utilise le filet "souriant" pour communiquer le message des fondateurs.

Bilan

"Nous avons été séduits par la proposition de P'Référence. Une typographie sobre, conforme à notre démarche et au sérieux de l'univers du haut de bilan et du droit boursier qui sont nos domaines d'intervention. Un sourire pour contraster avec le conflit, judiciaire ou non, parfois rude, que nous prenons en charge pour nos clients et pour souligner l'importance de la relation que nous voulons nouer dans la durée avec eux. Une couleur rouge, comme un signal, pour rappeler notre présence en cas de crises et de situations inhabituelles que nous affectionnons. Grâce à ce logotype, notre spécificité est véhiculée auprès de nos interlocuteurs naturels : tribunaux, autorités boursières et bien sûr nos clients, qui nous y reconnaissent", disent ensemble Nicolas Viguié et Yves Schmidt.

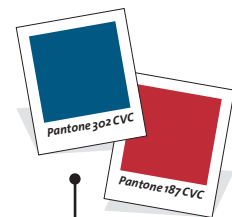
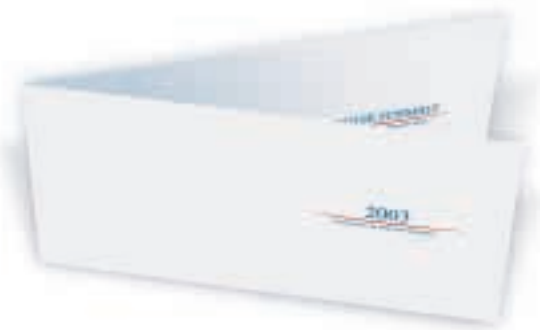
Contact
www.p-reference.fr

Une typographie classique et statuaire

VIGUIÉ SCHMIDT

AVOCATS À LA COUR

Une aspérité graphique symbolisant
l'équilibre, l'ouverture d'esprit et la Justice



Deux couleurs
en tonalité dense

