



Lignes convergentes pour signe fédérateur

Le logotype et le slogan d'une association interprofessionnelle doivent adopter les mots justes et des codes graphiques consensuels pour que les acteurs de chaque profession adhérente puissent s'identifier et se rassembler. Jean-Christophe Boulard, secrétaire général de l'INDP, a confié à P'Référence Dynamiseur de Marques la création d'une identité visuelle fédératrice pour l'association.

Fabrice PELTIER >>>

Propositions créatives

Contexte

L'INDP, Institut national du design packaging, est une association dont l'objet est de promouvoir les stratégies créatives et l'innovation dans le domaine de l'emballage. Ses principaux membres proviennent de quatre secteurs d'activités bien distincts : designers, équipes marketing, distributeurs et fabricants d'emballages. Les cultures et les approches de ces professionnels sont résolument différentes. Cependant, les membres de l'INDP ont tous une volonté commune : partager leurs expériences et échanger leurs idées afin d'accroître leurs visions créatives du packaging. L'association est ainsi un point de rencontre pour tous ceux qui souhaitent améliorer et développer la valeur ajoutée de l'emballage.

Démarche préalable

Soutenue et financée par les pouvoirs publics, l'association souhaite se doter d'une identité visuelle forte qui communique son caractère institutionnel et sa volonté d'être une plateforme d'information pour le plus grand nombre. En effet, l'INDP est un véritable organisme au service de ses adhérents, mais aussi de toutes les personnes qui souhaitent échanger sur le design packaging.

Recommandation

La notion de "Carrefour de créativité" nous est apparue comme le concept le mieux approprié pour résumer la vocation et les missions de l'association. Le logotype et les outils





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.

de communication devront exprimer visuellement les points de convergence entre différentes expertises packaging et le croisement des flux d'informations gérés par un réseau actif.

Création graphique

Le logotype retenu par le conseil d'administration de l'INDP est clair et lisible. Il communique de la modernité et du dynamisme. Le croisement entre la base inclinée de la forme géométrique qui contient les initiales INDP et le nom complet de l'association inscrit en oblique symbolise le "carrefour de créativité". Ces lignes de force de la construction graphique du logotype serviront de principe architectural pour donner une personnalité unique à tous les documents qu'éditera l'INDP.

Les déclinaisons

C'est grâce à l'homogénéité intelligente et la pertinence des déclinaisons de tous les documents que la reconnaissance de l'image de marque de l'INDP se fera au fil du temps. Chaque outil de communication reprend le principe architectural de ligne oblique, du croisement et l'ambiance colorée du logotype.

Bilan

"Le conseil d'administration a été séduit par la proposition de P'Référence. Notre association, nouvelle institution dans les métiers créatifs du packaging, doit relever le double défi d'un positionnement statutaire et de porter une dynamique de promotion collective de ses adhérents. Cela dans un secteur dont la reconnaissance industrielle est loin d'être acquise. Les membres de l'association se sont complètement approprié le logotype créé par P'Référence. En effet, celui-ci symbolise le carrefour de créativité qu'ils ont créé, qu'ils soutiennent et pour lequel ils s'impliquent et se mobilisent.", conclut Jean-Christophe Boulard, secrétaire Général de l'INDP.

Contact
www.p-reference.fr

