

G  **RAND**

P h o t o g r a p h i e

Origine du logo



1 - Les prémices



L'objectif est de créer un logo pour une agence de photographie du nom de GORAND. Pour la première version du logo nous avons décidé de disposer 4 éléments. Nous avons dans un premier temps réalisé un pictogramme représentant un appareil photo. Nous avons ajouté à celui-ci le nom de l'agence en majuscule, ici GORAND. Pour terminer, nous avons ajouté la notion de « Photographie » en base line pour rendre plus compréhensible le domaine que l'agence couvre. Nous avons également ajouté une ligne horizontale qui sépare le nom de la base line. Cette dernière permet de rendre le logo plus compréhensible mais aussi ajoute la notion d'une chaîne de production qui accompagne le sens de lecture.



La deuxième version introduit deux éléments très importants : la police et la couleur. Pour moderniser l'esthétique du nom de l'agence, nous avons décidé de changer la police. Cette police sans sérif est plus géométrique. Elle accompagne mieux le pictogramme ainsi que la ligne horizontale. Nous avons aussi ajouté deux couleurs différentes au logo. Le texte est donc en bleu et les autres éléments en orange brique. Les différents éléments du logo ressortent mieux. Cependant, il y a plusieurs problèmes. Le pictogramme est trop simple et le logo en lui-même est déséquilibré.

Origine du logo

2 - La correction



Pour cette 3ème version nous pouvons constater des changements dans la construction. Dans un premier temps, nous avons amélioré l'appareil photo, en ajoutant un flash par exemple. Sur le nom de l'agence nous avons ajouté des ampoules suspendues au « O » et au « D ». Les ampoules représentent le rapport à la lumière. Cette dernière est un élément très important dans la photographie. Pour rééquilibrer le logo et l'harmoniser nous avons étendu la base line « Photographie » sur toute la largeur du logo jusqu'à obtenir une forme rectangulaire. Nous pouvons tout de même noter quelques problèmes. Le pictogramme de l'appareil photo ne représente pas un appareil assez professionnel et la présence de deux ampoules est peut-être redondante.



Cette version propose des solutions aux problèmes soulevés précédemment. Nous avons ajouté au pictogramme de l'appareil photo un diaphragme. Nous avons également modifié les ampoules. Nous avons gardé celle suspendue au « O » et nous avons changé sa couleur en orange brique. Nous lui donnons un aspect ainsi plus important en la détachant du texte. Nous avons également supprimé le câble qui s'enroule autour du « O » pour simplifier le logo. Après ces modifications, nous avons constaté que le pictogramme ne reflétait pas assez l'aspect numérique. En effet, l'agence est plus orientée dans l'utilisation d'appareils numériques et le pictogramme présent fait davantage allusion à un appareil photo argentique.



Pour cette version du logo, nous nous sommes plus particulièrement attardés sur le pictogramme. Pour rendre l'appareil plus professionnel, nous avons agrandi le diaphragme pour qu'il prenne presque l'entièreté du boîtier et supprimé le carré qui faisait office de flash. Pour continuer dans ce sens, nous avons ajouté la représentation d'un viseur d'appareil réflex ou encore hybride qui sont des appareils numériques. Après réflexion, nous avons également pris la décision de supprimer l'ampoule qui ne faisait pas assez allusion au monde de la photographie.

Origine du logo

3 - La simplification



Pour terminer, nous avons abouti à ce logo en simplifiant le précédent pour obtenir quelque chose de simple et de sobre. Pour garder l'aspect impactant du pictogramme, nous avons supprimé le « O » pour le remplacer par le diaphragme. La taille de ce dernier est donc plus importante et donc plus impactante et claire. Le reste de la représentation de l'appareil photo est supprimé. Le nom de l'agence prend ainsi l'entièreté de la largeur ce qui est plus simple et visible.

Symbolique

1 - La symbolique des formes

L'objectif du logo est de représenter une agence de photographie. Le logo est composé de quatre éléments : le nom de l'entreprise, la base line, un trait horizontal et un diaphragme. Le diaphragme est composé d'un assemblage de lamelles. Ces dernières sont représentées par des segments circulaires ou segments de cercles. Le diaphragme permet de représenter le « O » du nom de l'agence GORAND ainsi que le domaine d'activité de l'agence : la photographie. La barre ou trait horizontal permet de séparer proprement GORAND de Photographie mais il permet aussi de représenter une chaîne de production qui accompagne le sens de lecture du logo.

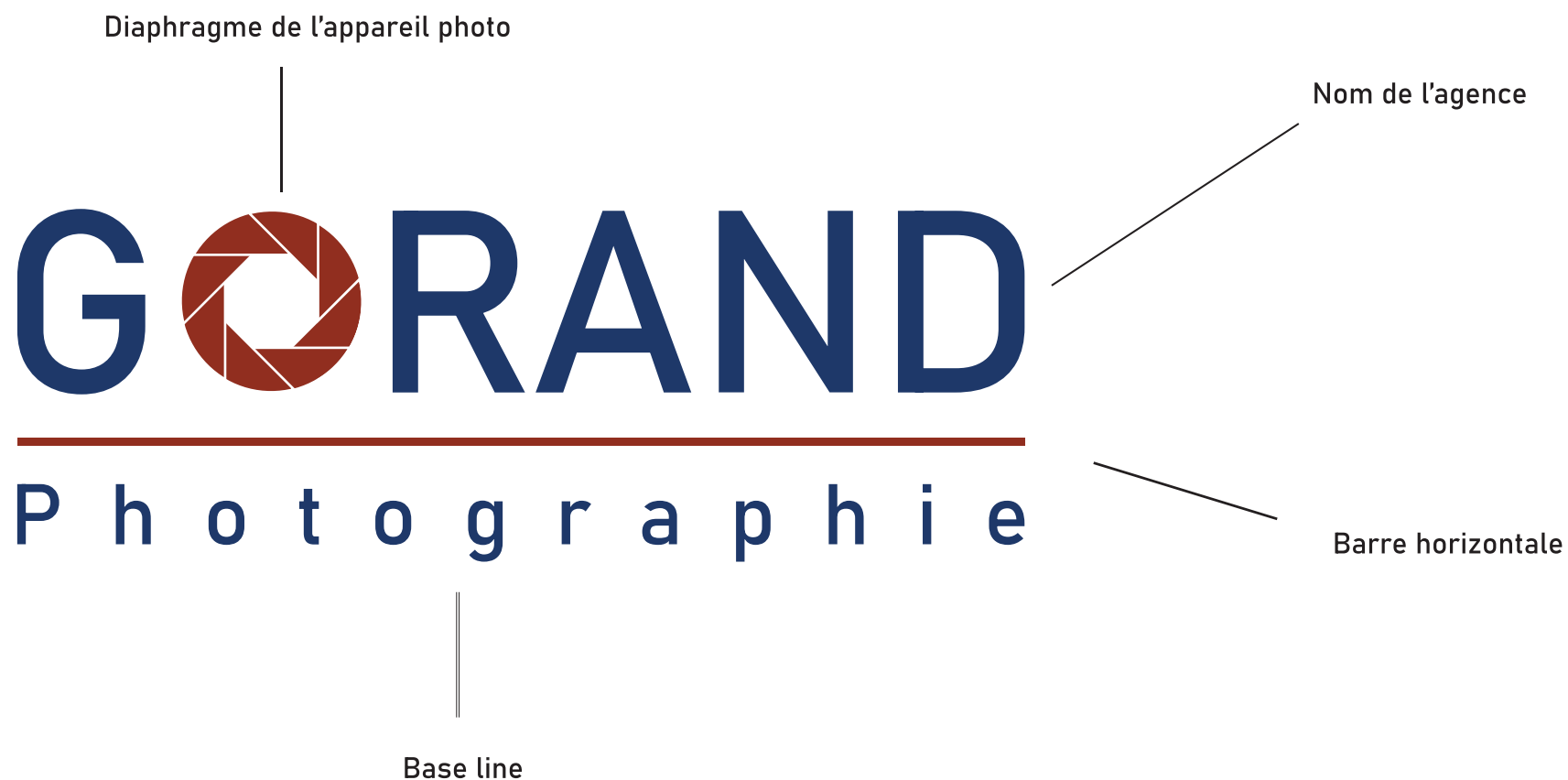
2 - La symbolique des couleurs

Le logo possède deux couleurs : le bleu et l'orange brique. Les éléments textuels du logo sont en bleu. Le bleu est une couleur universelle ; c'est une couleur qui rassure. En effet le bleu est une couleur très présente dans notre environnement. Pour ce qui concerne les autres éléments, ils sont en couleur brique. Ils se détachent ainsi des éléments textuels. La couleur brique représente ici l'authenticité de l'entreprise ; elle représente la douceur et la chaleur ce qui rassure comme le bleu. De plus l'orange est la couleur complémentaire du bleu.

Symbolique

3 - Le nom et le base line

Cette partie de recherche n'a pas été la plus longue. En effet, le client désirait que le nom de l'agence apparaisse. Pour moderniser le logo et rendre le nom de l'agence plus présent, nous avons décidé de mettre une police assez impactante en choisissant quelque chose de droit et imposant. La base line est constituée de la même police. Nous avons décidé de mettre cette dernière dans une version plus discrète pour ne pas entrer en conflit avec le nom de l'agence. « Photographie » permet de préciser le domaine d'activité de l'agence.



Composantes couleurs

G  **RAND**

P h o t o g r a p h i e

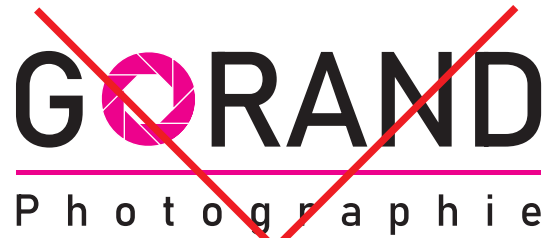


Pantone 354 C
C:100% M:86% J:31% N:21%
R:35 V:51 B:98
Web #233362



Pantone 174 C
C:64% M:48% J:0% N:62%
R:149 V:45 B:23
Web #952D17

Interdits



Ne pas modifier les couleurs



Ne pas déformer



Ne pas séparer ou oublier des éléments



Ne pas changer la typographie

Typographie

GORAND

Photographie

Regular

Bahnschrift Regular

Utilisation de la typographie

Il n'y a qu'une seule et même police utilisée pour les différents informations écrites sur les supports : tête de lettre, carte de visite, carte de correspondance et enveloppe. Il s'agit de « BAHNSCHRIFT REGULAR »

BAHNSCHRIFT Regular

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT Light Condensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT Light SemiCondensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT Light

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT SemiLight Condensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT SemiLight SemiCondensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT SemiLight

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT Condensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT SemiCondensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT SemiBold Condensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT SemiBold SemiCondensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT SemiBold

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT Bold Condensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT Bold SemiCondensed

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

BAHNSCHRIFT Bold

azertyuiop^\$qsdfghjklmù<wxcvbn,;:=123456789
AZERTYUIOP^\$QSDFGHJKLMù<WXCVCBN,;:=

Utilisation et déclinaisons



Zone de protection

Afin de garantir l'intégrité du logotype en toutes circonstances, une zone de protection a été définie. Aucun autre élément graphique ou typographique ne doit s'inscrire dans cette zone.



Taille minimale

Afin d'assurer en toutes circonstances sa lisibilité au logotype, quelque soit l'échelon, une taille minimale a été déterminée.

GORAND
Photographie

Noir et Blanc



En défoncé

Utilisation et déclinaisons

GORAND
Photographie
Monochromie

GORAND
Photographie
Niveau de gris



En opacité

Papeterie



Cartes de vistes, Enveloppes, Dossiers et autre

Autres supports



Façades et signalitiques



Goodies



Prêt à porter



Web et numérique