



IMAGE DE MARQUE

Atelier numérique • 21 avril 2026

Pourquoi ?

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il faut rappeler une chose simple :

L'image de marque, ce n'est pas juste un logo joli ou des couleurs bien choisies. C'est ce qui permet d'être reconnu, mémorisé, et surtout compris en quelques secondes.

Aujourd'hui, on est visibles partout : sur le web, sur les réseaux sociaux, sur mobile, en vidéo, en print. Et dans ce flot permanent, une marque claire et cohérente fait toute la différence.

Cette présentation va justement montrer que l'image de marque repose sur des fondamentaux très concrets :

Le nom, le logo, la charte graphique, les typographies et les couleurs, avec une exigence de cohérence sur tous les supports.

En clair : une bonne image de marque rassure, crédibilise et donne envie. Et une image brouillonne... fait souvent l'effet inverse. Alors aujourd'hui, l'idée, c'est de voir comment construire une identité visuelle simple, solide et efficace.

L'identité visuelle

LE NOM

Court, simple, mémorable : en cohérence avec le logo ou subjectif

LE LOGO

impactant, simple et déclinable sur tous les supports : il doit fonctionner de partout (print, web, mobile, vidéo, RS...)

LA CHARTE GRAPHIQUE

2/3 couleurs max, 1/2 typographies : toujours les mêmes sur tous les supports

L'identité visuelle

> *LE LOGO*

VECTORISER

Qualité optimale sans pixellisation sur tous vos supports = indispensable.

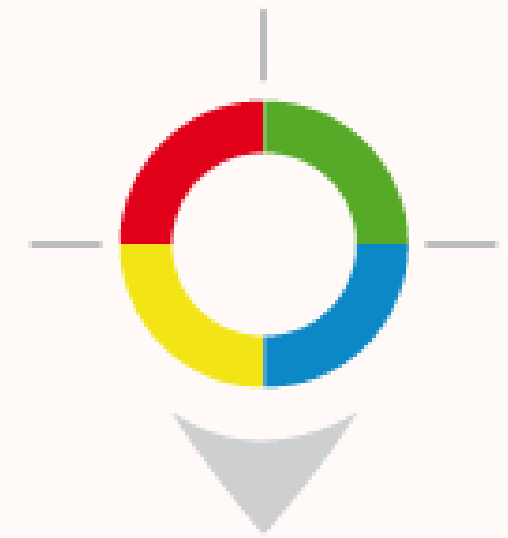
Outils pour vectoriser : Canva PRO, Adobe Express ou ConvertSVG

⚠ Ne pas utiliser l'IA pour générer du texte dans un logo

Distinguer ce qu'on peut faire seul vs ce qui nécessite un professionnel

L'identité visuelle

> LE LOGO



MONTÉLIMAR
SUD



MONTÉLIMAR
SUD **VIP**



ADHÉRENT
MONTÉLIMAR
SUD

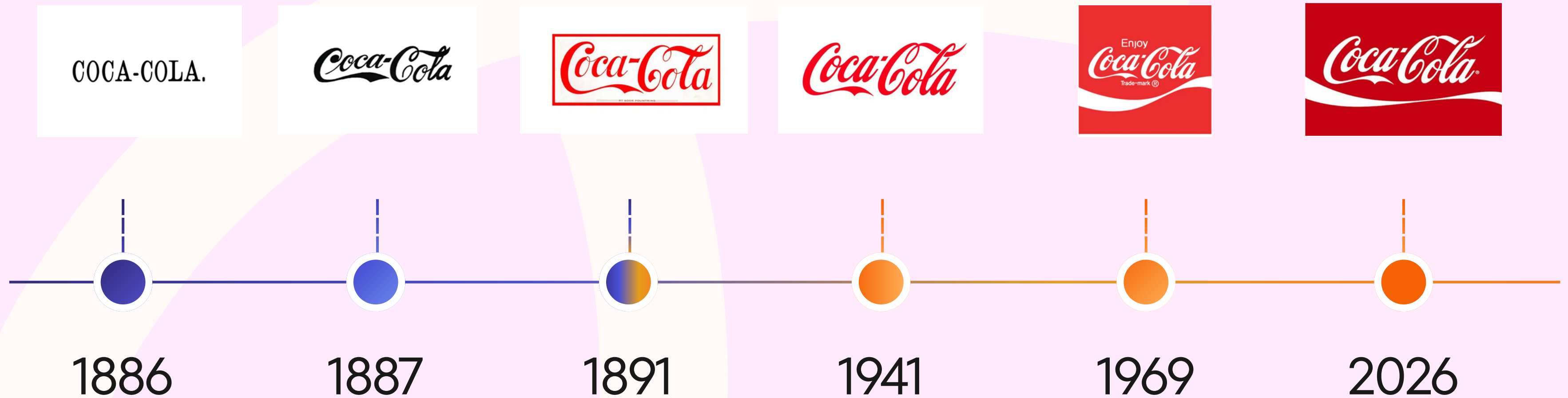


MONTÉLIMAR
SUD

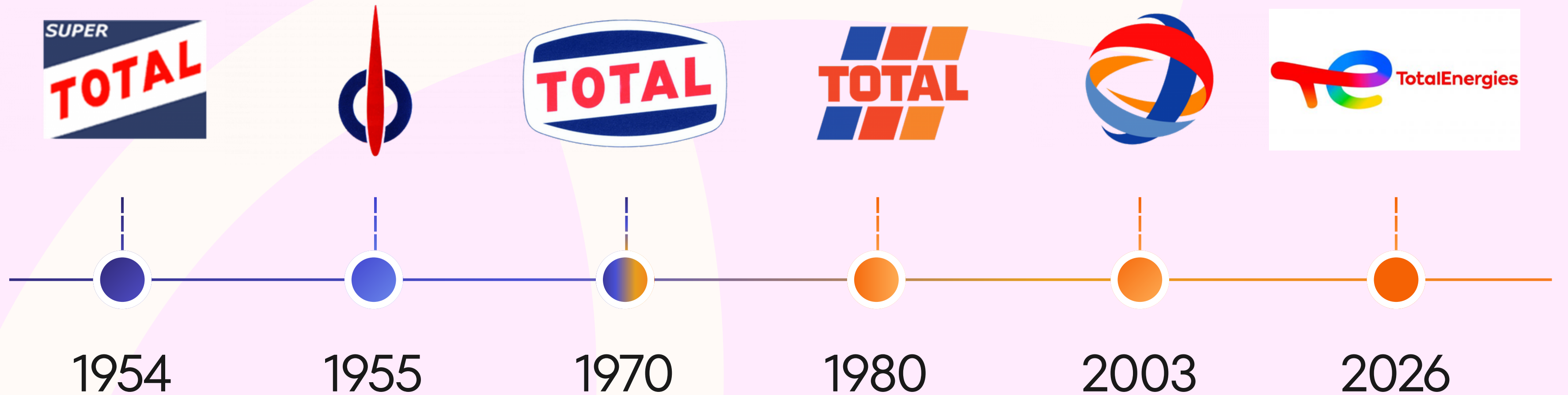
Exemples de logos

The background features several overlapping, semi-transparent shapes in light yellow and light purple. These shapes are curved and layered, creating a modern, abstract aesthetic. The text 'Exemples de logos' is prominently displayed in the upper left quadrant in a bold, black, sans-serif font.

Coca-Cola



Total



You Tube

You Tube

You Tube

You Tube

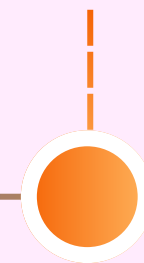
YouTube



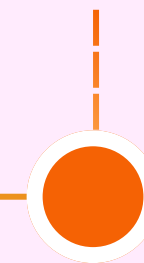
2005



2011



2015



2025

L'identité visuelle

> *TYPOGRAPHIES*

À FAIRE

1–2 typos maximum · Lisible en petit format · Cohérente avec l'univers de la marque · Bon contraste pour l'accessibilité

À ÉVITER

Mélanger 4–5 polices · Comic Sans, Papyrus · Générer du texte avec l'IA :
Illisible en mobile ou en petit format

Exemples : combinaisons de typographies

Combinaison n°1

Playfair Display

Montserrat

Combinaison n°2

Merriweather

Roboto

Combinaison n°3

Poppins

Raleway

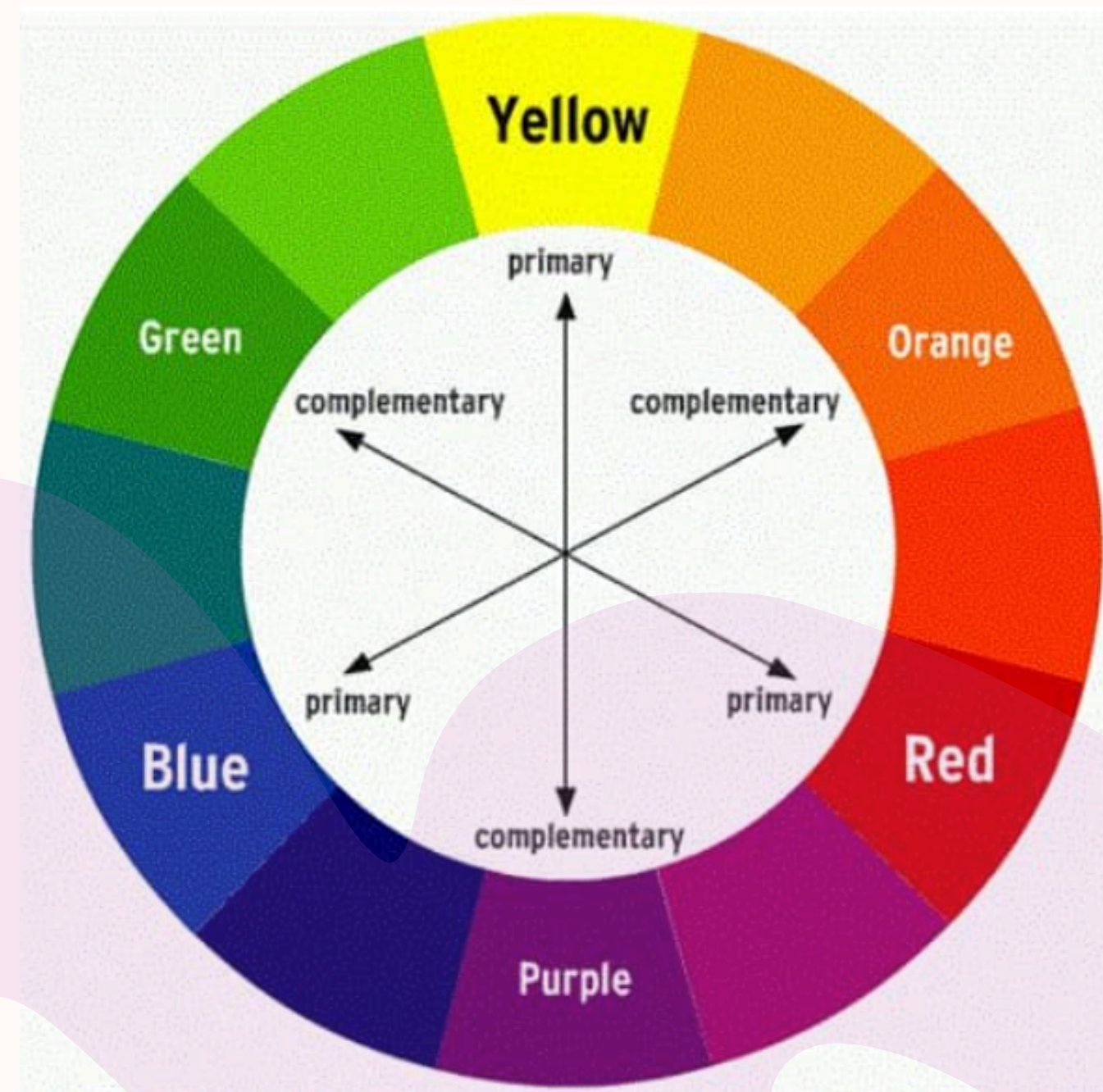
L'identité visuelle

> COULEURS

Règle : 2–3 couleurs max dans une charte

Roue chromatique : harmonies complémentaires, analogues, triades

Signification des couleurs



La symbolique des > COULEURS

Calme
Changement
Confiance
Communication

Couleur
Bleu

Vie
Amour
Passion
Danger

Couleur
Rouge

Gaieté
Jeunesse
Prudence
Tromperie

Couleur
Jaune

Nature
Croissance
Espoir
Richesse
Jalousie

Couleur
Verte

Féminité
Douceur
Romantisme
Audace
Naïveté

Couleur
Rose

Jeunesse
Créativité,
Echange
Vitalité

Couleur
Orange

Luxe
Mystère
Spiritualité
Arrogance

Couleur
Violet

Pureté
Innocence
Élégance
Puissance

Couleur
Blanche

Élégance
Mystère
Intemporalité
Douleur

Couleur
Noire

Signification
des couleurs

Exemples : association de couleurs



Electricien

Bleu
foncé



Jaune
orangé



Exemples : association de couleurs



Club de sport

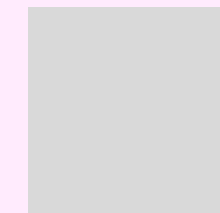
Bleu grisé



Vert



Gris clair



Exemples : association de couleurs



Marque de cuisine
végétale

Jaune sable



Vert foncé



Orange



Créer sa mini charte graphique + un post sur Canva

<https://canva.link/template-charte>