

Logotype



Logotype

Pour qu'un logo soit considéré comme performant, il ne suffit pas qu'il soit "joli". Il doit valider 5 piliers fondamentaux :

La Simplicité : *C'est la clé de la mémorabilité. Un design épuré est plus facile à reconnaître et à retenir pour le cerveau humain.*

Pensez à la pomme d'Apple ou à la virgule de Nike : moins il y a de détails, plus l'impact est fort.

La Pertinence : *Il doit être adapté à votre secteur d'activité et parler à votre cible. Un logo pour un cabinet d'avocats ne communiquera pas les mêmes codes (stabilité, rigueur) qu'un logo pour une marque de jouets (joie, dynamisme).*

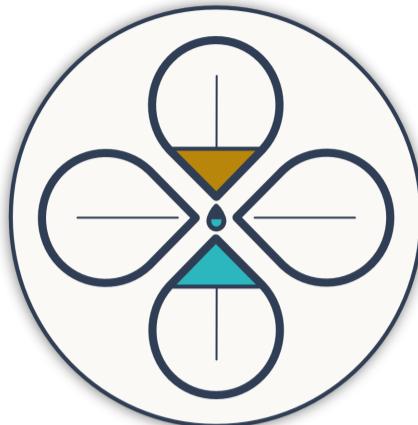
La Versatilité (ou Déclinabilité) : *Un logo efficace est un 4x4 tout-terrain. Il doit être lisible aussi bien en minuscule sur une carte de visite ou un favicon de site web, qu'en format géant sur une enseigne. Il doit aussi fonctionner parfaitement en noir et blanc (monochrome).*

L'Intemporalité : *Les modes passent, mais un grand logo reste. Un design efficace évite les tendances graphiques éphémères pour durer 10, 20 ou 50 ans sans paraître désuet.*

La Distinction : *Dans un marché saturé, il doit vous différencier de la concurrence. Il doit posséder une "personnalité" propre qui le rend unique.*

Un bon logo est un logo qu'on n'oublie pas. C'est la synthèse visuelle de vos valeurs, conçue pour durer et pour s'adapter à l'évolution de votre entreprise.

Logo principal et déclinaisons



LTDP agence

GENÈSE ET SYMBOLIQUE DU LOGOTYPE

L'emblème de la marque repose sur une fusion conceptuelle entre la maîtrise du temps et la promesse d'épanouissement.

Il articule deux symboles universels pour raconter l'histoire "Le Temps D'une Pause".

1. Le Sablier :

La Temporalité Maîtrisée Symbole ancestral du temps qui s'écoule, le sablier est ici réinterprété non pas comme une contrainte, mais comme une opportunité.

Il incarne la capacité de la marque à suspendre le flux continu de l'activité professionnelle pour offrir un "arrêt sur image".

Il matérialise la pause stratégique, le moment de recul nécessaire avant l'action.

2. Le Trèfle :

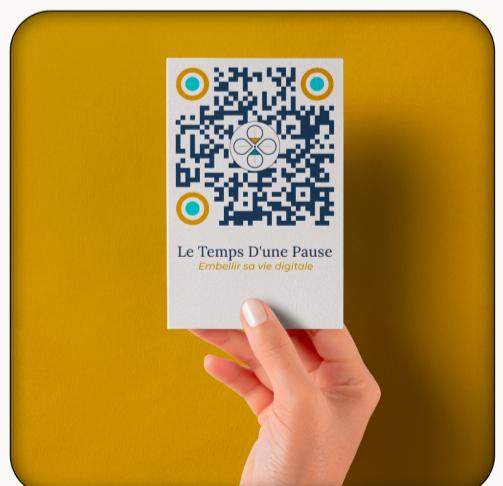
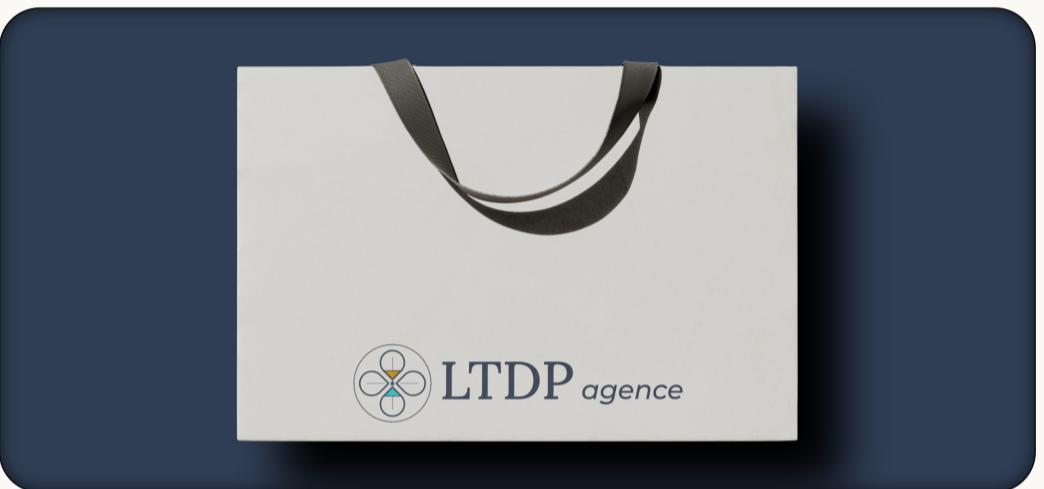
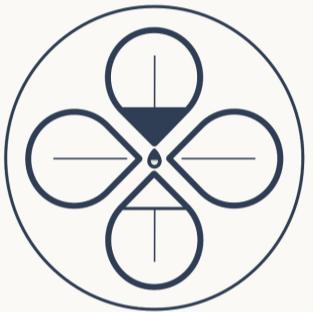
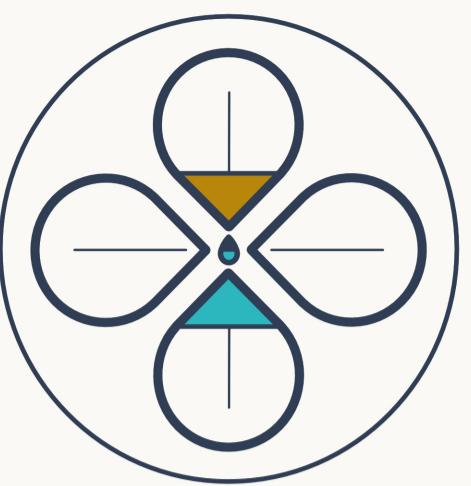
L'État de Grâce et l'Opportunité Au-delà de sa symbolique traditionnelle de chance, le trèfle à quatre feuilles évoque ici une notion plus profonde de bien-être et de croissance organique.

Il représente cet "état de grâce", ce moment de sérénité (l'image solaire de la détente) où l'esprit apaisé devient plus clairvoyant, attirant à lui les opportunités positives et le succès.

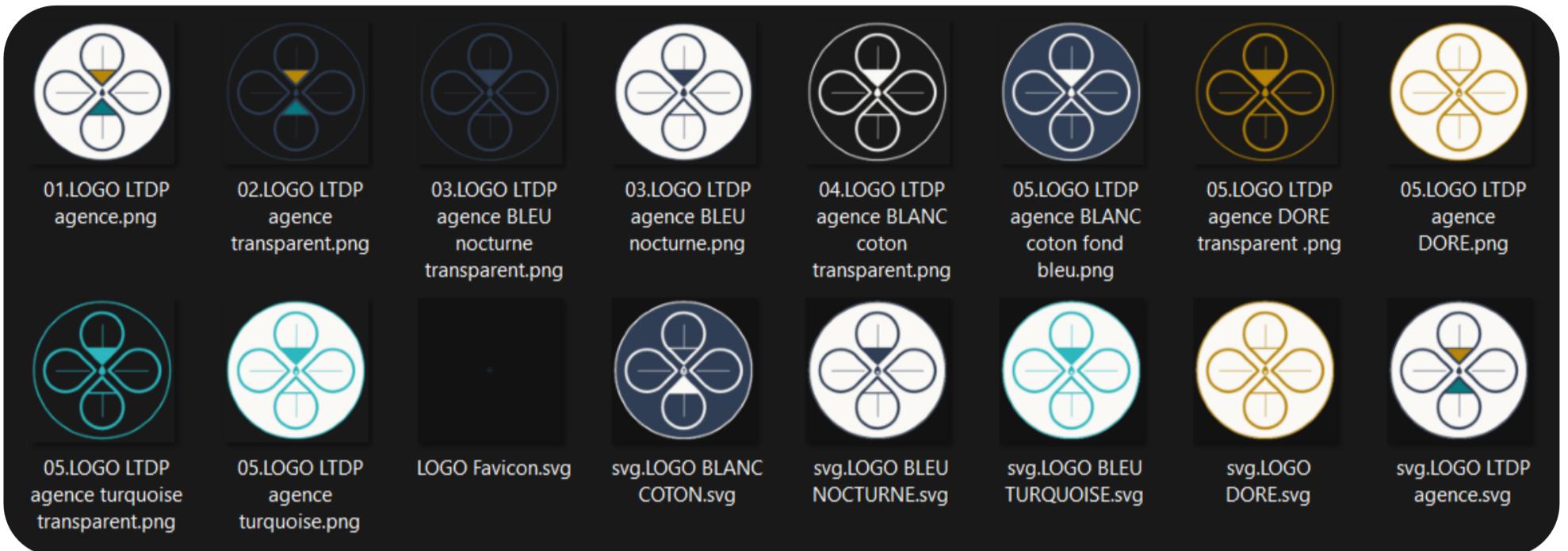
Synthèse du Concept

L'association de la rigueur du sablier et de la naturalité du trèfle affirme la philosophie de la marque : la pause n'est pas une interruption, c'est un catalyseur de réussite et de sérénité.





Dossier fourni



Les fichiers .png (Usage Web & Digital) : Ce sont vos images prêtes à l'emploi. Avec leur fond transparent, elles sont idéales pour votre site web, vos signatures d'email et vos profils de réseaux sociaux.

Les fichiers .svg (Fichiers Sources / Matrices) : Ce sont les originaux vectoriels de votre logo. Ils peuvent être agrandis à l'infini sans perte de qualité (indispensable pour l'impression d'affiches ou d'enseignes). Note : Pour éditer ces fichiers, un logiciel vectoriel est nécessaire (ex : Inkscape, Illustrator ou Affinity). Vous pouvez également les importer directement dans Canva.

A noter, Inkscape est gratuit et open source

Affinity est gratuit (celui que j'utilise)

Voici comment ils se composent:

Les Fonds et la composition du logo

