



# DESIGN GRAPHIQUE & STRATÉGIE DE MARQUE

DU LOGOTYPE AU CONCEPT RETAIL :  
FONDAMENTAUX ET ÉTUDES DE CAS



A. George  
SINCLAIR



# Sommaire

## Contents

---

<b>Philosophie – Philosophy</b> .....	7
Le concept de marque – The Brand Idea .....	7
L'industrie du design graphique – The design business.....	10
Le « gène » créatif – The creative gene .....	11
Règles de design – Design rules .....	14
<b>Méthodologie – Design methodology</b> .....	16
<b>Étapes – Phases</b>	
<b>#01</b> Recherche documentaire – Brand auditing.....	17
<b>#02</b> Concept de marque – The Brand Idea.....	18
<b>#03</b> Recherche créative – Creative research.....	19
<b>#04</b> Présentation client – Creative presentation .....	20
<b>#05</b> Affinage créatif – Creative fine-tuning.....	21
<b>#06</b> Finalisation – Logo finalisation .....	22
<b>#07</b> Langage de marque – Brand language.....	23
<b>#08</b> Application de l'identité visuelle – Brand application .....	24

## Réalisations – Projects

Air de Paris .....	26
Aire.....	30
Alain Michel.....	34
Anton & Willem.....	40
Bateaux Mouches.....	46
CapsAuto – Groupama.....	52
Compagnie Coloniale.....	56
Compagnie Nationale de l’Or .....	60
Destockland .....	64
Irrijardin .....	68
Kalico .....	74
La Compagnie des Petits.....	78
La Foir’Fouille.....	84
LDLC.....	88
Le Furet du Nord.....	94
Les Artisans du Mobile .....	100
Les Filles de Neaux.....	104
Loupi .....	110
Luzzu.....	114
Macarons Gourmands .....	120
Mondial Tissus .....	124
Oh! Own History.....	130
Pharmacie Lafayette .....	134
Pier Import .....	138
Piscines de France .....	142
Pizza Cosy .....	148
Prodex.....	152
Promodis .....	156
Relais H Café .....	160
Rocher des Pirates .....	166
Surcouf.....	170
Tour Eiffel.....	174
Un Deux Tiers .....	180
Wattmobile.....	184
Annexes.....	189

## Règles – Rules

#01	Poser les bonnes questions – Ask the right questions .....	29
#02	L'art du storytelling – Tell a story .....	33
#03	La règle du téléphone – The telephone rule .....	39
#04	L'épreuve du fax – The black & white rule .....	45
#05	Faire une liste – Make a list .....	51
#06	Aller vers l'abstraction – Abstract the thing .....	55
#07	Une affaire de taille – Size is everything .....	59
#08	Toute proportion gardée – Think proportions .....	63
#09	La règle des 90 % – The 90% rule .....	67
#10	C'est l'un ou l'autre – It's one thing or the other .....	73
#11	Le trio gagnant – Use three things .....	77
#12	Coupable par association – Guilt by association .....	83
#13	Un logo, c'est tout un langage – A graphic language is better .....	87
#14	Remettre les choses en contexte – Keep it in context .....	93
#15	Faire trois propositions – Present three ideas .....	99
#16	La règle de Woody Allen – The Woody Allen rule .....	103
#17	La règle de l'espace négatif – The negative rule .....	109
#18	Maousse costaud – This big! .....	113
#19	Les trois catégories de logos – Three logos .....	119
#20	Le test de la vignette – The thumbnail test .....	123
#21	Faire simple – Keeping it simple .....	129
#22	Le choix du monochrome – Monochrome branding .....	133
#23	Le bon vieux dessin à la main – Drawing by hand .....	137
#24	La règle des trois tiers – The 300% rule .....	141
#25	Faire une offre de services détaillée – Quantify your services .....	147
#26	Ne pas lésiner sur les idées – Be generous with your ideas .....	151
#27	Continuer à creuser – The archeologist's rule .....	155
#28	Ajuster l'interlettrage – Respacing .....	159
#29	Savoir s'arrêter à temps – Know when to stop .....	165
#30	Faire le tri – Reorganising brand messages .....	169
#31	La loi de Parkinson ou théorie des gaz Parkinson's law of work relativity .....	173
#32	Points d'ancrage : point trop n'en faut Minimising anchor points .....	179
#33	Tout en souplesse – Rethink .....	183