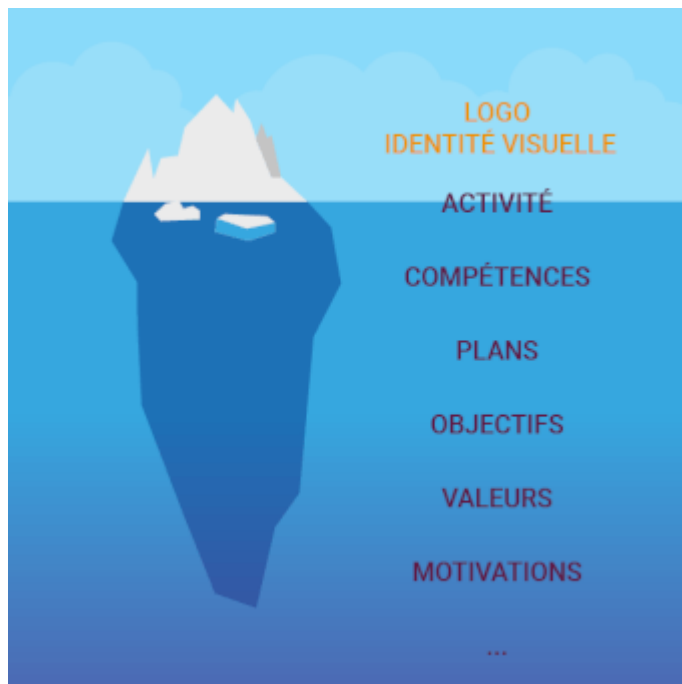


Comment créer un logo ? Qu'est-ce qu'un logo ? Quelle utilité pour mon entreprise ? Quelle différence entre logotype, identité visuelle et charte graphique ? Pourquoi investir dans un logo ? Comment choisir son logo ? Pourquoi et comment fonctionnent les droits d'auteur ? Pourquoi un logo coûte « cher » ? Quel logo minimum pour mon entreprise ?

En tant que créateur ou créatrice d'entreprise, il y a plusieurs questions auxquels vous allez devoir répondre, alors qu'elles ne concernent pas votre domaine de compétence. **La question du logo est peut-être l'une d'elles.** Avoir un minimum de connaissance à ce sujet vous permettra de prendre les bonnes décisions et éviter de vous éparpiller, surtout lorsque vous manquez de temps ou d'argent.

Voici tout ce qu'il faut savoir avant de créer un logo.

1/ Créer un logo : définition et utilité.



Créer un logo consiste à donner vitrine à son entreprise. Il sera question ici du logo en tant que concept et processus, pour vous aider dans votre réflexion et dans vos choix.

Bien plus qu'une simple image destinée à faire une jolie déco, votre logo servira à se faire un premier avis sur ce que vous faites, comment vous le faites ou pourquoi vous le faites. Selon votre activité il sera plus ou moins important, cependant, **vosre communication visuelle, sera toujours importante** (sinon dans la grande majorité des cas). Par communication visuelle il faut comprendre tout ce qu'un client/adhèrent/partenaire peut voir. Autant le graphisme que tout ce qui est visible (propreté, rangement, bureau, déco, objets...).

Le logo a principalement deux objectifs :

1. indiquer le nom de votre entreprise.
2. véhiculer une valeur, une idée ou un concept.

Il pourra éventuellement informer de votre activité avec ce qu'il représente, avec le nom ou avec une signature. Le logo est idéalement une image la plus épurée possible, sinon dénuée d'éléments superflus. Pour qu'un logo soit efficace, il est fortement conseillé de **se focaliser sur une idée**

principale et éventuellement une ou deux autres idées secondaires. Il ne faut surtout pas vouloir en dire trop.

Vous devez envisager votre logo comme la partie visible de l'iceberg qu'est votre projet. La partie qui représente ce qu'on ne peut pas voir tout de suite. Si votre logo et votre communication visuelle représentent la partie visible, votre **business plan** et tout votre travail représentent la partie immergée, la partie la plus importante, qui vous demandera le plus d'effort pour la pérennité de votre projet.

En résumé : Au-delà de dire votre nom et vous rendre reconnaissable, le logo sert à représenter une idée, une valeur ou un élément défini **à partir de votre business plan**. Il doit se concentrer sur l'essentiel et dire le nécessaire avec un minimum d'éléments. Le logo doit correspondre à ce que vous faites et pas à ce qui se fait. Il a besoin d'être reconnaissable, mais pas nécessairement compris au premier coup d'œil.

Quelques exemples de logo :

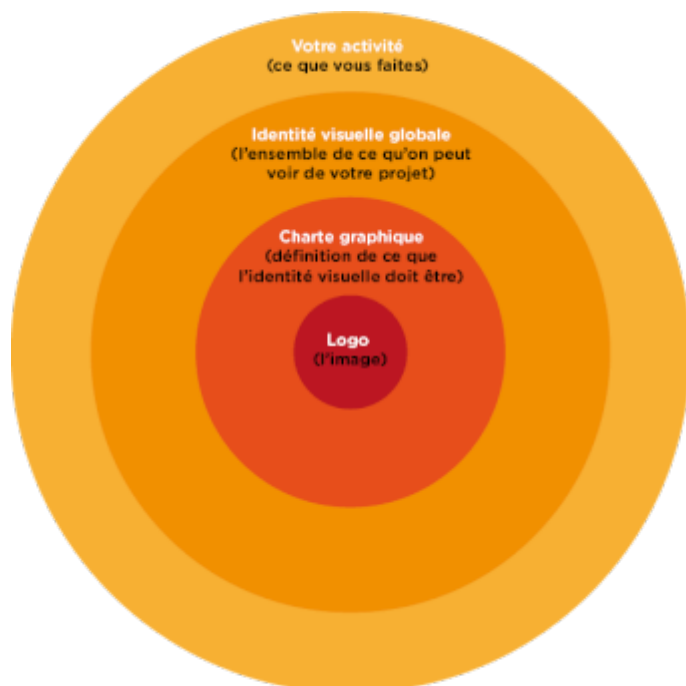


2/ Logotype, Identité visuelle, Charte graphique.

Votre logotype est une partie (centrale) de votre **identité visuelle**. L'identité visuelle est l'ensemble de votre communication visuelle. Communication qui est – dans un monde parfait – cohérente et encadrée par une **charte graphique** : des couleurs, des polices, des formes...

Au lancement d'un projet, il ne sera pas toujours nécessaire d'investir dans une charte graphique complète. Cela peut avoir un coût non négligeable si elle doit couvrir l'ensemble des éléments visuels. Vous pourrez néanmoins avoir un logotype et quelques éléments de base à un prix relativement abordable et compléter l'identité visuelle petit à petit. En l'absence de charte graphique clairement définie, il faudra faire attention à garder **une cohérence dans votre communication**.

3/ Pourquoi investir dans un logo ?



Une des raisons qui pousse à faire l'impasse sur le logo est sûrement le prix. Celles et ceux qui pensent qu'un logo est seulement un dessin servant à faire bonne impression et à se faire reconnaître, seront sûrement tenté.e.s de faire un logo maison, le copier sur un produit à la mode ou demander à quiconque sachant plus ou moins bien dessiner et bidouiller sur un ordinateur...

Cependant créer un logo n'est pas simplement faire un dessin. Le logo est avant tout un concept et un processus. Alors pourquoi investir dans un logo ? Pour en avoir un qui soit pensé en accord avec votre projet, qui dit ce qu'il faut dire, qui évoque ce qu'il faut évoquer. Ce qui fera bien souvent un logo unique, contribuera à la crédibilité de votre activité et qui pourra vous servir des années. En plus de l'évidence d'avoir un logo travaillé correctement.

Une raison secondaire mais qui impacte notre quotidien, est que la généralisation de visuelles de mauvaises qualités entraîne une normalisation, donc une culture généralisée du « mauvais goût » et de visuels bâclés.

4/ Créer un logo en fonction de mon activité.

Bien sûr il y a une part de relativité dans l'utilité d'un logo. Cette relativité dépendra surtout de votre secteur d'activité et du marché sur lequel vous êtes. D'une façon générale votre identité visuelle sera importante si :

- Vous vendez des produits signés de votre identité visuelle,
- Votre secteur d'activité est compétitif,
- Vous innovez.

Il est conseillé de toujours soigner votre communication, mais elle sera moins importante dans sa forme si :

- Votre activité touche à des besoins plus ou moins élémentaires,
- Vous avez le monopole d'un marché qui fonctionne,
- Vos clients viennent vers vous par nécessité absolue,
- Vous avez les clients dont vous avez besoin avant de commencer.

Il faut quand de même garder en tête que si vous avez un monopole avec une image bâclée ou non rassurante, vous risquez de voir apparaître des concurrents qui pourront compromettre votre activité avec une communication plus professionnelle.

5/ Le processus pour créer un logo.

Vous devez voir la création de votre logo comme un travail d'équipe. Une collaboration entre le graphiste et vous-même. Votre part du travail consiste à bien expliquer votre projet et votre vision, pour que le graphiste puisse comprendre vos besoins et sache quelle direction artistique il doit prendre, ou quelle approche du logo il doit avoir. Une vision claire et précise de votre projet facilitera la création de votre logo. Votre business plan pourra même dans certains cas vous donner des pistes créatives. Par exemple vouloir faire référence à un objet ou une personne en particulier. **La phase de réflexion en amont est donc très importante.** C'est ce qui permet de ne pas créer un logo hors de propos.

Le processus pour créer un logo est généralement divisé en (plus ou moins) 8 étapes :

1. **Vous faites votre business plan.** Vous définissez ce que vous faites, comment vous le faites, pour qui vous le faites.
2. **Vous expliquez au graphiste votre projet,** votre vision, vos objectifs, vos éventuelles contraintes (budget, temps, support etc).
3. **Travail de documentation du graphiste :** recherche sur votre secteur d'activité, les concurrents, les normes... Partie importante qui peut être longue, servant à maîtriser le sujet en question.
4. **Debriefing** pour faire le tri des informations et choisir ce que le logo doit représenter. Ce debriefing se fait avec ou sans vous, selon le projet et selon le graphiste.
5. **Le graphiste vous propose de plusieurs logos,** afin d'avoir le choix entre des concepts ou des traitements graphiques différents.
6. **Choix du logo** + un éventuel debriefing s'il y a des modifications à apporter.
7. **Déclinaison du logo** et/ou définition de son utilisation sur les supports dont vous avez besoin.
8. **Préparation des fichiers à rendre.** Le logo est généralement rendu avec un document récapitulatif (logo, couleurs, polices, utilisation...). Le logo doit parfois être préparé pour différentes utilisations, selon votre projet : pour être imprimé, pour le web, pour être brodé, en couleur, en noir, en blanc, différentes déclinaisons. Cela dépendra de vos besoins (et de votre budget).

Lorsque vous devez limiter le budget pour le logo, donc que le graphiste ne pourra pas passer beaucoup de temps sur chacune de ces étapes, il est préférable d'avoir connaissance du processus et des priorités afin de préparer les 3 ou 4 premières étapes de création. Vous augmenterez ainsi les chances d'avoir un logo correct à un prix relativement limité.

Il faut tout de même garder en tête que pour créer un logo de bonne qualité, il faut souvent beaucoup de temps de réflexion et beaucoup d'expérimentations.

6/ Comment choisir son logo ?

Maintenant que vous savez comment créer un logo, votre choix se fera en fonction de l'élément le plus important à mettre en avant par rapport à votre projet. Il vous suffit de vous référer à votre business plan et de peser le pour et le contre (qu'est-ce qui rend votre projet est unique, quelle message voulez-vous faire passer, quelles sont vos objectifs...)

Vous l'aurez donc compris, créer un logo n'est pas forcément l'objet d'un processus démocratique. **Le choix d'un logotype ne se fait pas en fonction des avis favorables de votre entourage**, sauf si toutes les personnes connaissent parfaitement votre projet et ce que vous voulez en faire. L'objectif du logo n'est pas de plaire au plus grand nombre, mais de représenter au mieux le projet. Les avis externes servent surtout à savoir si un élément visuel est reconnaissable (s'il doit l'être) ou savoir ce que votre logo inspire. Il est souvent préférable de faire appel à votre groupe cible pour un avis pertinent.

7/ Après la création : pourquoi et comment fonctionnent les droits d'auteur ?

Comme toutes créations artistiques, **le logotype est encadré par des droits d'auteur**. En France, dès lors qu'une œuvre est créée, les droits d'auteur sont automatiquement liés à son créateur et ce droit est inaliénable. Ces droits peuvent cependant être cédés pour une durée plus ou moins longue, avec des termes plus ou moins précis. En cas de recours devant la justice, les droits seront attribués à celui qui prouve qu'il est le premier créateur de ladite œuvre.

Lors de la création de votre logotype, des droits d'utilisation et d'exploitation vous seront donc cédés.

La cession des droits doit détailler toutes les utilisations possibles, car devant la loi, ce qui n'est pas spécifié n'est pas acquis. Les droits peuvent être limitées dans le temps, géographiquement, ou à certains supports (exemple : utilisation en France uniquement pour les produits imprimés). Les droits d'auteur peuvent donc avoir un impact significatif sur le prix de votre logotype.

En revanche, les droits d'un logo sont pensés pour les entreprises. En moyenne ces droits seront cédés **pour une durée de 15 ans**. Le minimum pour la cession étant généralement de **5 ans**.

Définir les droits d'auteur a pour but de vous protéger contre d'éventuelles contrefaçons ou d'une utilisation illégale. Pour son créateur ils servent à faire valoir un droit en cas d'utilisation abusive et sans son consentement, à fortiori lorsqu'il y a une grande exploitation financière ou une diffamation.

Selon votre activité et pour être serein à ce niveau, vous devez donc faire attention aux droits lors de la création de votre logo et déposer votre logo (dessin + nom) à l'INPI, afin de faciliter les démarches en cas de contrefaçon ou utilisation illégale.

8/ Pourquoi un logo coûte « cher » ?

Vous avez maintenant tous les éléments de réponse. Un logotype peut coûter plus ou moins cher, car il y a un processus dans sa création qui demande du temps, de la réflexion, de la recherche, les déclinaisons, sans compter les compétences du graphiste et l'étendue des droits d'auteurs.

En cas de budget très limité il faudra sacrifier un ou plusieurs de ces composants. À vous de faire attention à vos priorités.

9/ Le minimum graphique pour débiter mon entreprise ?

Au-delà du logo, le minimum pour que ce ne soit pas le "chaos" dans votre communication est de définir l'univers coloré et une police de caractère. Vous aurez aussi, dans la plupart des cas, besoin d'au moins un élément de communication. Généralement des cartes de visite, des flyers, une image pour le web.

Il est question ici du minimum. Il y a de fortes chances pour que vous ayez besoin de plus, tôt ou tard.

L'essentiel pour créer un logo et commencer à communiquer :

Comme il peut être compliqué, pour les plus budgets limités, de trouver le graphiste qui vous fera un logo professionnel, WikiCréa vous propose le [Pack Création de logo](#), avec le minimum pour commencer votre activité. C'est-à-dire : Logotype + police de caractère + 1 élément de communication.

[Les détails de l'offre ici.](#)