GUIDE GRATUIT

Les 10 erreurs à éviter pour votre logo

Un logo vous accompagne pendant des années. Ce petit guide rassemble les erreurs que nous rencontrons le plus souvent, et les bons réflexes pour obtenir un logo lisible, durable et vraiment à votre image.

10

• WEBBING STUDIO · AGENCE DE COMMUNICATION GRAPHIQUE · LILLE

01 Vouloir tout dire dans le logo

Un logo n'est pas une brochure. Si vous y mettez vos produits, votre ville, votre slogan et trois symboles, plus personne ne retient rien. Un logo efficace repose sur une idée forte, pas sur une liste.

Le bon réflexe : identifiez la seule chose que vous voulez qu'on retienne.

02 Suivre une mode passagère

Dégradés à la mode, effets 3D, typographie du moment : ce qui paraît moderne aujourd'hui sera daté dans trois ans. Or refaire un logo coûte cher, surtout une fois imprimé partout.

Le bon réflexe : privilégiez des formes simples et des choix qui dureront.

03 Oublier les petites tailles

Votre logo apparaîtra sur un favicon, une photo de profil, un tampon ou une étiquette. Les détails fins, les textes longs et les contours délicats disparaissent alors complètement.

Le bon réflexe : testez votre logo à 16 pixels et à 1 cm de large.

04 Ne pas penser au noir et blanc

Fax, tampon, gravure, impression économique, document administratif : un logo doit fonctionner en une seule couleur. S'il ne tient que grâce à ses couleurs, il est fragile.

Le bon réflexe : validez toujours une version monochrome.

05 Multiplier les typographies

Une police pour le nom, une autre pour le slogan, une troisième pour l'année de création : le résultat paraît désordonné et amateur.

Le bon réflexe : une famille typographique, éventuellement deux graisses.

06 Copier ou trop s’inspirer d’un concurrent

Ressembler à un acteur connu de votre secteur crée la confusion, peut poser des problèmes juridiques et vous empêche d'exister par vous-même.

Le bon réflexe : observez votre secteur pour vous en démarquer, pas pour l'imiter.

07 Utiliser une image trouvée sur internet

Pictogrammes de banques d'images, cliparts, générateurs automatiques : ces éléments ne vous appartiennent pas toujours, et d'autres structures utilisent exactement les mêmes.

Le bon réflexe : un symbole créé pour vous, dont vous détenez les droits.

08 Ne recevoir qu’un fichier JPG

Un JPG ne s'agrandit pas sans perte et n'a pas de fond transparent. Le jour où il faut une enseigne, une bâche ou un t-shirt, tout est à refaire.

Le bon réflexe : exigez les fichiers vectoriels (SVG, PDF, AI, EPS) et des PNG transparents.

09 Oublier de définir les couleurs

Sans références précises, votre rouge ne sera jamais le même chez l'imprimeur, sur le site et sur la vitrine.

Le bon réflexe : notez les codes Pantone, CMJN, RVB et hexadécimal.

10 Ne pas prévoir de règles d’utilisation

Logo étiré, recoloré, posé sur une photo chargée : sans mode d'emploi, chacun l'utilise à sa façon et votre image se dégrade.

Le bon réflexe : une mini-charte graphique, même de deux pages.

CHECK-LIST

Votre logo passe-t-il le test ?

- ☐ Je peux le décrire en une phrase.
- ☐ Il reste lisible à 1 cm de large.
- ☐ Il fonctionne en noir et blanc.
- ☐ Il utilise une seule famille de polices.
- ☐ Il ne ressemble pas à celui d'un concurrent.
- ☐ J'ai les fichiers vectoriels et PNG transparents.
- ☐ Mes couleurs sont définies en Pantone, CMJN, RVB et hexa.
- ☐ J'ai des règles d'utilisation, même simples.

Un doute ? Parlons-en.

Webbing Studio crée et modernise des logos et identités visuelles pour les entreprises, associations et porteurs de projets de la métropole lilloise.
www.webbing-studio.com/devis · info@webbing-studio.com · 06 17 82 54 40