



WEB CREATIF

Communication Web & Print, Conseil, Formations

LE LOGO ACTIROUTE

Constat : Les objectifs de communication ont changé

La problématique de début :

Les usagers de la route ne connaissaient pas encore le fonctionnement du permis à points. Il fallait les informer sur les stages de récupération de points. **Le premier logo avait donc mis l'accent sur des éléments figuratifs : le permis à points, la carte de France, la route.**

Les valeurs et l'ADN d'Actiroute passaient au second plan...



Actiroute en 2012

Les usagers d'aujourd'hui ont bien intégré le fonctionnement du permis à points, ils savent également qu'un stage permet de sauver son permis.

Le nouveau positionnement se porte désormais sur les valeurs humaines d'Actiroute, sur sa différenciation et l'envie de positiver le stage de récupération de points.

Les objectifs de la refonte de marque (logo) :

- Venir en aide et informer les conducteurs
- Sensibiliser aux risques routiers
- Contrecarrer les idées reçues sur les stages (délinquants, perte de temps et d'argent)
- Montrer qu'Actiroute est une vraie entreprise, humaine et professionnelle (Les concurrents parfois se cachent)
- Moderniser la marque et montrer sa dimension nationale
- Renforcer visuellement la place de leader privé : logo sérieux et professionnel



Dynamisme Jeunesse Performance **Réactivité** Technicité Ambition

Sérieux Esprit d'équipe Convivialité **Protection** Développement

Professionalisme Confiance

Communication **Leader** Responsabilité **Expérience** Proche de ses

clients **Humain** Bonne ambiance **Moderne**





WEB CREATIF

Communication Web & Print, Conseil, Formations

LE LOGO : NOTE TECHNIQUE ET GRAPHIQUE



Acti ROUTE

Notre métier : vous aider à **préserver** votre **permis de conduire**



COULEURS ET POLICES



Les couleurs

Priorité : conserver les couleurs du webdesign d'Actiroute

- **Le gris** représente le sérieux, le professionnel, mais aussi la couleur symbolique de la route.
- **Le orange** pour le dynamisme, la communication, l'humain

Les dégradés de couleurs sur les lettres d'Actiroute apportent une touche de modernité

Les polices

Le logo est composé de 3 polices, elles jouent sur des contrastes de taille, de graisse et de couleur

- **Geo sans light** pour
- **Arial regular** majuscule pour
- **Myriad Pro** pour la baseline

Acti
ROUTE

Notre métier : vous aider à **préserver** votre **permis de conduire**



SYMBOLIQUE DU PICTO

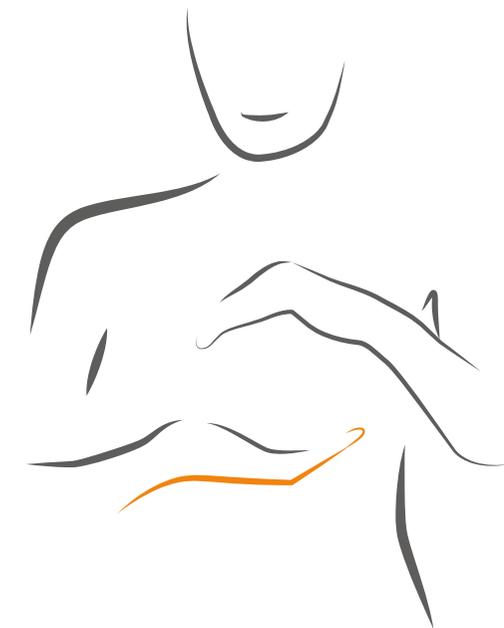


L'humain

Le sens du relationnel, la communication et l'écoute du client sont des valeurs humaines représentées par le dessin du personnage.

Le corps humain est composé de courbes fines et de tracés épurés :

- corps androgyne qui peut être selon les interprétations féminin ou masculin
- une seule épaule dessinée pour alléger la représentation
- un sourire esquissé pour figurer la bienveillance et la convivialité



La représentation du permis à point

Le permis de conduire est représenté par la lettre F entourée de points (et non d'étoiles) : c'est le seul point commun entre l'ancien permis rose et le nouveau, qui sortira en 2013

- Le point est visuellement plus épuré que l'étoile
- le cercle est effectivement composé de 12 points (une partie cachée par les mains)



SYMBOLIQUE DU PICTO



Le concept de protection du permis à point



Actiroute participe à la protection du permis de conduire de ses clients. Les stages organisés permettent, parfois *in extremis*, de préserver un solde de points minimum, pour un permis valide.

Cette idée de protection, de préservation et de sauvegarde a été reprise puis travaillée dans la gestuelle du personnage.

Concept au départ environnemental, la préservation est souvent représentée par des mains en cuiller, l'une au dessus de l'autre, comme si elles contenaient un objet sphérique.



La route et la conduite

Le picto est signifiant à lui seul : pour ajouter sans ambiguïté l'idée de route et de conduite, une voiture mêle ses lignes à celles de la main. La voiture est traitée en orangé pour que l'œil du spectateur perçoive immédiatement cette double lecture,... et cette seconde thématique.

Ce mode de représentation, doublement signifiant, est également utilisé sur le logo du Tour de France.

