

Identité visuelle : logo, marque et charte graphique

Définir, traduire et interpréter graphiquement le positionnement d'une marque

3 jours (21 heures)

Perfectionnement

Présentiel ou classe à distance

à partir de

2 220 € HT par personne (TVA en vigueur) Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 25/09/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

Pour beaucoup d'entreprises, la marque est devenue un bien d'une valeur inestimable car elle permet d'être reconnu, de véhiculer des valeurs, d'imposer son identité.

Le travail graphique autour d'une marque est donc une étape déterminante.

PYRAMYD vous propose de maîtriser ce processus grâce à notre formation Identité visuelle : logo, marque et charte graphique.

Vous consacrerez ces trois jours à concevoir le positionnement visuel d'une marque, à le définir et à le traduire graphiquement.

Typographies, monogrammes, cahier des charges, déclinaison sur tous supports...

Tous les aspects liés à la conception d'une identité de marque seront abordés en détails.

Identité visuelle : logo, marque et charte graphique est destinée à tous les professionnels créatifs, graphistes ou communicants qui travaillent sur les questions liées à la marque.

Objectifs

- Associer la typographie à l'image et au nom d'une marque
- Choisir et concevoir des formes qui décrivent une marque
- Choisir et concevoir des formes qui remplacent une marque
- Valider l'adaptation d'une marque selon les supports
- Projeter une marque dans la durée

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

Compétences acquises

Définir, traduire et interpréter graphiquement le positionnement d'une marque

À qui s'adresse cette formation ?

Maquettistes, graphistes, directeurs artistiques

Prérequis

Il est nécessaire d'avoir fait des études de graphisme ou d'avoir acquis une expérience similaire pour accéder à cette formation.

Programme

1 Pendant votre formation

Identité visuelle : logo, marque, charte graphique

Associer la typographie à l'image et au nom d'une marque

- Identifier le nom d'une marque sur le plan visuel / verbal / phonétique
- Interpréter la typographie en fonction de l'époque et des valeurs pour la rendre singulière
- Jouer sur les aspects typographiques pour lier le fond et la forme
- Appliquer des variations, modifications, altérations typographiques pour expérimenter de nouvelles configurations
- Créer un monogramme pour augmenter l'impact visuel

Création d'un monogramme

Choisir et concevoir des formes qui décrivent une marque

- Identifier les formes primaires pour les mettre en relation avec une marque
- Traduire le cahier des charges d'une marque pour valider son positionnement
 - le nom
 - le secteur d'activité
 - les valeurs

- les publics visés

- Interpréter les formes primaires pour les transformer en figures

Exercice : transformer une lettre en forme et en contreforme

Choisir et concevoir des formes qui remplacent une marque

- Interpréter les formes primaires pour les transformer en image abstraite ou figurée
- Schématiser l'image figurée pour la transformer en pictogramme
- Imaginer des signes pour traduire un positionnement plus créatif

Étude de cas : à partir de marques célèbres, analyser et collecter les éléments essentiels d'identification

Valider l'adaptation d'une marque selon les supports

- Construire un logo dans une grille pour en assurer la proportionnalité
- Appliquer le tracé régulateur pour agrandir ou réduire une marque et l'adapter aux multiples utilisations
- Concevoir une charte pour identifier clairement une marque et ses codes : typo, forme, couleur

Exercice : évaluer la visibilité d'une marque selon les supports (papier, écran, objet, signalétique...)

Projeter une marque dans la durée

- Opérer les modifications d'un "relookage" pour rattacher une marque aux signes du temps
- Composer une identité visuelle pérenne et multisupport

Étude de cas : analyser l'évolution de quelques marques dans le temps

Exercice : répondre à un appel d'offres d'identité visuelle et débat / échanges sur les propositions

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

Johan DEBIT

Johan Debit

Modalités pédagogiques

Matériel et/ou logiciels nécessaires pour suivre cette formation :

Formation en classe virtuelle :

Prévoir les outils qui vous sont le plus usuels : logiciel PAO (Illustrator et InDesign) et papier millimétré, crayons, papier couleur, etc pour la conception.

Il est recommandé de se munir d'un double écran.

Formation en présentiel : Fournitures gérées par Abilways

Il est recommandé de se munir d'un double écran.

Formation en présentiel : Fournitures gérées par Abilways

Équipe pédagogique : Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques : Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs.

Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Ressources pédagogiques : Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur notre plateforme.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Sessions

À distance

Du 15 novembre 2027 au 17 novembre 2027

Paris

Du 28 octobre 2026 au 30 octobre 2026

Du 27 septembre 2027 au 29 septembre 2027

Du 21 avril 2027 au 23 avril 2027