



Le Design graphique

Identité visuelle : logo, marque et charte graphique

3 jours (21h00) | ★★★★★ 4,6/5 | CREA-LOGO | Évaluation qualitative de fin de stage |
Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 2 220 € ht

Formations Digital & Multimédia › Les essentiels de la création digitale › Le Design graphique

Contenu mis à jour le 12/09/2025. Document téléchargé le 15/05/2026.

Objectifs de formation

- 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

Modalités, méthodes et moyens 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.

Prérequis

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

Public concerné

Maquettistes, graphistes, directeurs artistiques

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

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

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation en 3 phases :

Pendant la formation : un bilan journalier effectué par l'intervenant

À chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité pour mesurer l'atteinte des objectifs
À froid : à J + 3 mois, une évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle

Accessibilité de la formation

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.

Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.

Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.