



■ Médias Permanents versus Publicité

■ Thierry Van Kerm

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

Objectif Com
www.objectifcom.be

Postulat 1

- Tout communique
 - Par soi-même: médias permanents
 - Par le langage: publicité, communication, information

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

Postulat 2

- Nous fonctionnons par ‘a priori’

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

Postulat 3

- Nous ne communiquons pas pour communiquer

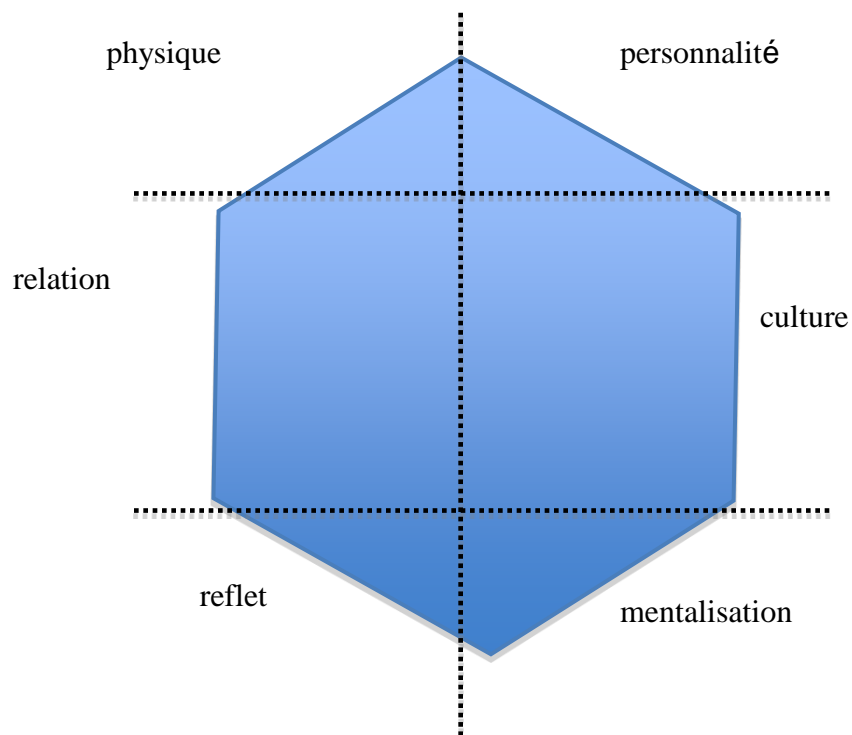
Facteurs clé de succès

- Mettre les blocs de la communication en place dans le bon ordre
- Maîtriser les ‘a priori’
- Les amener vers notre objectif

En pratique

- Définir un socle: le territoire de marque
- Appliquer les composantes de la marque aux médias permanents
- Appliquer le tout à la communication et à la publicité

Le socle: le prisme d'identité



Le socle: le profil sémantique

Tradi tionnel							Innovant
Bon marché							Cher
Local							Intern a tion al
Pe tite en tre prise							Grande e n tre prise
Artisan al							Indust riel
Qua lité de base							Haut e qua lité
Sta ble							Dyna mique
Junior							Seni or
Jeune entre prise							En tre prise é tab lie
Origin al							Clas sique

Le socle: les objectifs

- Une marque sert l'objectif de l'entreprise
- La question à se poser en regardant sa marque est: cette marque me permet-elle d'atteindre mon objectif?

Cela marche?

40%

- C'est la hausse de chiffre d'affaires enregistrée par l'une des plus anciennes distilleries de Belgique, Radermacher, grâce au travail mené sur l'identité visuelle de sa gamme d'apéritifs fruités

Cela marche?

Image attractive

- C'est le résultat obtenu par Prayon, leader mondial dans la chimie des phosphates, suite au travail effectué sur son identité visuelle

Cela marche?

Economie de coûts

- C'est ce qu'a obtenu la Ville de Liège en se dotant d'un nouveau logo en 2007 pour remplacer la vingtaine de logos existants

Cela marche?

Hausse de fréquentation

- C'est ce qu'a enregistré le BAM, ex Musée des Beaux-Arts de Mons après la refonte de son identité

Cela marche?

Leader mondial

- C'est aujourd'hui la place occupée par une ex-entreprise locale de transformation laitière, Corman, grâce à un travail innovant sur l'emballage de ses raviers de beurre frigotartinable

Cela marche?

20%

- C'est la réduction de l'empreinte écologique des emballages de l'enseigne Délitrateur obtenue en optimisant le choix des matériaux d'emballage et leur design

Cela marche?

Le poids de l'atomium

- C'est, par an, la réduction de matériau obtenue par Spadel sur sa nouvelle gamme de bouteille, redessinées en 2010 afin d'être plus légères. Elles contiennent 50% de matières recyclées.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

VERMEIRE

Nouvelle identité visuelle. Charte graphique et applications.

Collaboration entre VERMEIRE et Ex Nihilo.

Projet réalisé dans le cadre de l'action 3pod

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

Wallrhol - Distributeur de papier hygiénique.
Intégration dans l'environnement et personnalisation du produit.
Collaboration CEDRAMED et NAos design
Projet réalisé dans le cadre de l'Action Design de la LME

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un décompresseur sont requis pour visionner cette image.



Projets réalisés dans le cadre de la formation de **Design Innovation** 'designer spécialiste en identité visuelle d'entreprise'

QuickTime™ et un décompresseur sont requis pour visionner cette image.



Projets réalisés dans le cadre de la formation de **Design Innovation** 'designer spécialiste en identité visuelle d'entreprise'

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

DELEYE Products desserts glacés.
Nouvelle identité visuelle.
Collaboration entre DELEYE PRODUCTS et Ex Nihilo
Dans le cadre de l'Action Design de la LME

QuickTime™ et un décompresseur sont requis pour visionner cette image.



Projets réalisés dans le cadre de la formation de **Design Innovation** 'designer spécialiste en identité visuelle de produits/marques'

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

Jacquy Cange, artisan affineur
fromager.
Nouveau présentoir/cloche et
emballages pour fromages.
Collaboration entre Jacquy Cange et
Global Design
Projet réalisé dans le cadre de
l'Action Design de la LME

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

Distillerie Radermacher.
Relooking des packagings.
Collaboration avec Lemon and
Pep's

Extrait de l'ouvrage Wallonie +
Design + Entreprise Vol. 1 de
Wallonie Design

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

AVANT

APRES

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

SPA Monopole
Un design unique et différent par
format et par mode de
consommation.
Collaboration SPA et Carré Noir

Extrait de l'ouvrage Wallonie +
Design + Entreprise Vol. 2 de
Wallonie Design

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.



garde-à-vue
paysagiste de votre intérieur

QuickTime™ et un décompresseur sont requis pour visionner cette image.



QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.



QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.



QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

Coûts?

- Intervention des designers = temps x expertise

Conclusion

- La publicité est construite SUR les médias permanents
- Une mauvaise gestion des médias permanents entraîne une mauvaise efficacité des dépenses publicitaires
- Les médias permanents font partie du capital de l'entreprise

Conclusion

- L'identité de ma marque correspond-elle à mon entreprise?
- L'identité de ma marque lui permet-elle d'atteindre ses objectifs?
- Construire son prisme d'identité
- Aborder l'identité visuelle comme le socle de votre marque
- Aborder vos emballages comme votre meilleur vendeur



Merci pour votre attention !

Pour aller plus loin, retrouvez-nous sur le stand n°35 pour un speed-coaching et sur www.designinnovation.be

Thierry Van Kerm - Design Innovation
thierry.vankerm@designinnovation.be