

CPV
Logo





Ce logo arbore un sac à dos, afin de symboliser les vacances, l'aventure et les camps. Ce dernier permet également de cibler particulièrement la jeune clientèle. Le sac à dos peut être juxtaposé au logotype ou utilisé comme exposant. Les couleurs peuvent à choix figurer le dynamisme ou suivre la charte graphique historique, afin de ne pas dérouter les utilisateurs acquis.



Le premier logo reprend le rythme présent dans l'acronyme du logo actuel, afin de le moderniser et l'épurer. Il en ressort une sensation de dynamisme et de rigueur. **Le second logo** simplifie et rationalise le «coup de pinceau» du logo actuel. Ceci permet de ne pas rompre avec la charte historique, tout en modernisant et en conservant les valeurs du logo. **Le troisième logo** présente un campement dans un cercle tracé à la main, duquel émanent les valeurs d'écologie et de découverte.



Le premier logo est une réinterprétation du logo actuel. Cette version permet de conserver l'excellente reconnaissance visuelle du logo, tout en disposant d'un logo répondant aux attentes actuelles. **Le second logo** dissimule un visage, grâce à la courbure du jambage de la lettre «p», s'identifiant à un nez et schématisant un visage «émerveillé».

Le troisième logo propose un tipi en exposant, synonyme de découverte, de nature et d'aventure.

CPV 

cpv 

cpv 

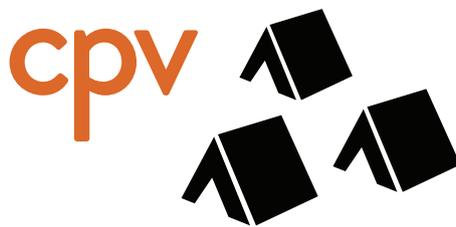
Un jeu typographique est créé à l'aide des lettres du logo, afin de créer un visage radieux, synonyme de loisirs et de vacances. Les couleurs peuvent être utilisées afin de dynamiser le logo ou de conserver un lien avec la charte graphique historique du CPV.



Le premier et de troisième logo arborent une scène de nature schématisée, afin d'annoncer immédiatement la teneur du service; l'évasion, le grand air, l'écologie et le respect. **Le second logo** reprend l'idée du «coup de pinceau» du logo actuel, afin de la dynamiser en utilisant un feutre de type *Stabilo* qui révèle l'acronyme CPV.



Ce logo propose l'intégration d'une boussole, afin de souligner la découverte, le loisir, l'aventure, mais également, la qualité et la confiance.



Ce logo propose un jeu typographique à partir de la lettre «v», retournée et métamorphosée en tente. Les notions de vacances, d'écologie et de collectivité sont soulignées par le campement.

Brandlift



A l'intersection du design, du marketing et des sciences sociales, Brandlift intègre une réflexion de fond à ses réalisations. Notre objectif est de simplifier les concepts, de sorte à transposer des idées complexes en d'attractives, éloquentes et percutantes identités graphiques.

UNIQUE ET CRÉATIF

Graphisme made in Suisse. Original et soigné.

10 Ans d'expérience
174 Clients traités avec succès
507 Mandats accomplis



DÉLAIS TENUS

Notre meilleur argument.

Chaque création d'identité visuelle débute par une analyse de concurrence, l'établissement du public cible et la mise en place des objectifs et du positionnement de la marque.

Les recherches sémiologiques et graphiques constituent 50% du temps de création. Des bases solides et un concept endurent sont la clé d'une réalisation graphique méthodique, efficace et rigoureuse.



Portfolio : www.brandlift.ch/portfolio

TARIFS RÉALISTES

Grande idée ne rime pas toujours avec grand budget.



PHILOSOPHIE

Maîtriser les règles avant de les détourner. Toujours faire mieux que nécessaire. Pour nous, c'est important.



CRÉATIVITÉ

Il n'y a pas une bonne idée. Il y a des recherches, des croquis, beaucoup de travail et une proposition élue.



VISION

"Design is not just what it looks like and feels like. Design is how it works."
Steve Jobs l'avait compris.



PROACTIVITÉ

C'est pas très sexy, mais c'est bien de ça dont nous parlons. Anticipation, réactivité, lucidité, suivi et initiative.

105

CHF/H

0

RETARD

507

PROJETS

2

☹️ CLIENTS

174

😊 CLIENTS

10

ANS

Références



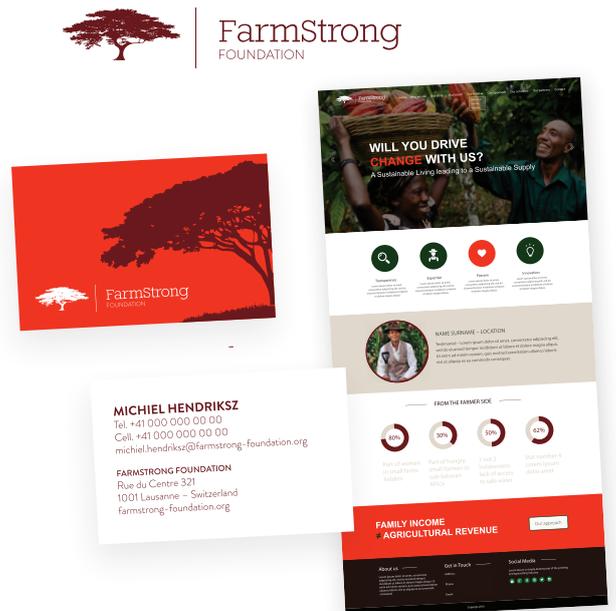
WATERLEX
Shaping water law and policy frameworks / Création de visuels
Lynn Sorrentino - lsorrentino@waterlex.org
+41 22 907 36 46



VILLE DE MEYRIN
Meyrin Mobilité / Identité visuelle
Adrien Fohrer - Adrien.FOHRER@meyrin.ch
+41 22 782 82 82



MIDIZEN
Bien manger, bien vivre / Identité visuelle
Mazala Tajmouati - mazala.tajmouati@gmail.com
+41 78 668 70 74



FARMSTRONG FOUNDATION
Securing a sustainable living for farmers / Identité visuelle
Jean-Benoit Charrin - jb.charrin@farmstrong-foundation.org
+41 79 751 44 90

Brandlift

Brandlift | Contact

Gaël Lugaz

Avenue du Bouchet 5A | 1209 Genève
hello@brandlift.ch / +41 22 548 02 54
Skype: Brandlift_GVA

Master HEAD en communication visuelle.
[Linkedin.com/in/brandlift](https://www.linkedin.com/in/brandlift)
Entreprise individuelle
CHE-322.618.865, CH-660.0.220.014-9