

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

<http://edoc.bseu.by/>

A. Pigal, H. Sarytchava
А. Ю. Пигаль, А. Р. Сарычева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А. В. Темнохуд

UN LOGO EFFICACE

Успешный логотип

Un logo est une représentation graphique permettant d'identifier immédiatement une entreprise, un produit ou un service. Le logo est aussi un moyen d'identification et de communication indispensable à toute entreprise. En effet, c'est un élément de la communication visuelle moderne très important et qui permet de se démarquer de la concurrence. Créer un logo consiste à créer la marque visuelle idéale pour une entreprise donnée. Il y existe plusieurs types de logos, mais la plupart d'entre eux sont généralement composés d'un symbole ou d'une forme abstraite, d'un logotype, ainsi que d'un slogan.

Le but de la recherche est d'analyser un logo comme outil de marketing et de vente précieux et de révéler ses traits significatifs essentiels.

Un logo efficace doit être unique et captivant. Pour en créer un l'entreprise prend en compte les caractéristiques principales suivantes:

1. Le logo doit être simple et immédiatement identifiable.
2. Un bon logo est mémorable. Il est vital pour une entreprise que l'on se souvienne de son existence et de son produit. C'est pourquoi l'entreprise choisit un logo simple et facile à mémoriser et elle opte pour des formes, typographies ou symboles originaux.
3. Le logo doit être intemporel. Pour cela, l'entreprise doit se concentrer sur une étude stricte des ses valeurs.
4. Un bon logo est polyvalent. Il doit pouvoir s'adapter et être lisible sur tous les types de supports, que ce soit un fond blanc ou coloré.
5. Le logo doit être approprié et doit s'intégrer harmonieusement dans l'univers de l'entreprise qu'il représente.

Pour comprendre ce qui rend un logo mémorable et attirant, nous avons réalisé un sondage auprès de 86 personnes à l'âge de 18 à 25 ans. Il en est ressorti que:

1. 83 % des personnes interrogées considèrent le logo comme une partie essentielle de l'image de l'entreprise et sont certaines que le logo les aide à reconnaître l'entreprise parmi les autres. 13 % des interrogés affirment que le logo

est important, mais ce n'est pas le point principal de l'identification de l'entreprise. 4 % des répondants ne font pas attention au logo et trouvent que cela n'a pas d'importance pour eux.

2. Les répondants évaluent certains éléments que l'entreprise peut utiliser dans son logo de la façon suivante: mots-symboles (29 %), logos abstraits (24 %), pictogrammes (22 %), monogrammes (14 %), mascottes (9 %), emblèmes (2 %).

3. La majorité des personnes interrogées souligne que le symbole doit refléter la mission de l'entreprise, le nom ou une marque verbale et l'histoire de l'entreprise. Quelques répondants estiment que le logo doit contenir l'information sur le produit et la domaine d'activité de l'entreprise.

4. Parmi les logos les plus connus, les répondants biélorusses ont choisi les suivants: Apple (35 %), McDonalds (26 %), Microsoft (12 %). L'Oréal, Mercedes et Coca-Cola sont également des réponses aussi très populaires.

Pour conclure, il faut souligner que selon la recherche effectuée, un logo efficace doit attirer l'attention, être mémorable et créatif tout en étant simple. Il est préférable d'utiliser des mots-symboles, des logos abstraits et des pictogrammes pour refléter l'image, la mission et parfois l'histoire de l'entreprise. Il est également important qu'un bon logo corresponde aux besoins et aux exigences du marché ainsi qu'à la perception des clients.

Références

1. Qu'est-ce qu'un logo? [Ressource électronique] // 99designs. – Mode d'accès: <https://99designs.fr/blog/logo-et-branding/quest-ce-que-un-logo/>. – Date d'accès: 24.10.2021.

Y. Sipatch

Я. В. Сипач

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель М. А. Комарова

EVOLUTION DES LOGOS DE MARQUES CELEBRES

ЭВОЛЮЦИЯ ЛОГОТИПОВ ИЗВЕСТНЫХ БРЕНДОВ

L'essence du rôle de la marque consiste en ce qu'elle est devenue une partie intégrante du système de marketing intégré. Grâce à la marque, tout produit apparaissant sur le marché crée une certaine impression – positive ou négative. L'impression voit le jour si l'acheteur reconnaît la marque. Par conséquent, le