



WIN-WIN

Valorisation, Transport, Commun.

- Création de concept
- Dossier de présentation et suivi complet
- Définition de l'univers visuel (moodboard, champ lexical...)
- Design d'identité
- Charte graphique
- Conception de supports de communication
- Design d'éléments digitaux

Le brief.

Mme G. souhaite lancer une solution innovante pour les VTC. Ce projet transforme les trajets retournés inutilisés en opportunités économiques et écologiques. La plateforme où les chauffeurs peuvent proposer leurs trajets à vide, permettra aux consommateurs de réserver ces courses à tarif réduit. Cette initiative favorise une démarche écologique et économique, valorisant chaque trajet. Objectif : déterminer un nom et préciser le projet avec un univers de marque complet ciblant les 25-34 ans, développer des supports de communication attractifs pour promouvoir le concept.

Notre approche.

Intégration du projet à la dynamique et verte ville d'Angers, valorisant ainsi la dimension écologique. L'activité se veut déclinable à d'autres villes aisément. Nous décollons que le projet repose sur une expérience gagnant/gagnant que nous souhaitons mettre en avant. Il se présentera sous forme de plateforme où les chauffeurs peuvent proposer leurs trajets à vide, permettant aux consommateurs de réserver ces courses à tarif réduit.

Cette initiative est économique, revalorise chaque trajet et l'humain de part et d'autre. Nous travaillerons en étroite collaboration avec Mme G. pour assurer que chaque aspect visuel renforce la vision globale, créant ainsi une expérience mémorable pour les utilisateurs.

Recherches graphiques



Trajets



Second emploi



Environnement



Economie & satisfaction

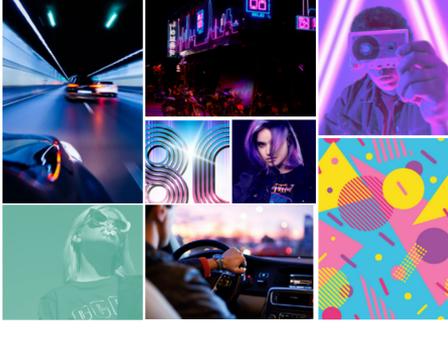


Confort & sécurité

Logotype corporate



Univers visuel



Charte graphique



Construction



Bilatéral avec une construction symétrique en écho à l'aspect gagnant-gagnant. Vertical et positif présentant une association victorieuse. Dynamique, impactant et rythmé

Déclinaisons



Décryptage

Sigle

En référence à la manière d'évoquer des notions en formant des lettres et symboles avec les doigts, Win-Win s'inscrit dans l'air du temps et associe les mains de 2 personnes : chauffeur et consommateur tous deux gagnants formant un V victorieux.

Baséline

Maline, comme son concept, ses initiales forment l'appellation VTC. Les termes utilisés, sélectionnés, illustrent toute la démarche de ce service pertinent en tous points.



Win-Win

VALORISATION
TRANSPORT
COMMUN

Nom

Aisément mémorisable, l'appellation coule de source et induit un sentiment de «bonne affaire». Dynamique et vif, il est simple et pratique à utiliser et décliner à souhaits graphiquement. Son visuel est rythmé et contemporain faisant écho à la tendance 80's très en vogue. Il parle ainsi à notre cible comme à leurs aînés nostalgiques. La satisfaction et l'attitude positive sont au cœur de la marque.

Intégralité

Pop, frais, vif, sympathique, ce logo basé sur la notion de complémentarité et d'intelligence autant économique qu'écologique est traité avec un graphisme bilatéral où l'union fait la force.

