Un nouvel emblème pour la Charente… qui fait débat

jeudi 3 septembre 2009, par lpe

La communication institutionnelle est, en ces temps de crise, regardée à la loupe. On comprend effectivement assez mal qu'une collectivité dépense de l'argent public pour simplement modifier son image.

Ainsi, la **Charente**, qui vient de se doter d'un nouvel emblème, dessiné par un professionnel, crée la polémique car le budget créatif de cette opération avoisinerait les 30000 €.

Pourtant, quand le Conseil général des **Deux-Sèvres** a décidé, pour modifier son logo, de mettre à contribution l'esprit créatif des Deux-Sévriens, faisant par la même occasion l'économie du coût d'une agence de communication, les critiques ont fusé. "Pas assez professionnel, amateur", le débat a été nourri sur le sujet. (lire notre article et les commentaires qui ont suivi)

Celui de la **Charente-Maritime**, très peu modifié, n'avait pas suscité en 2008 autant de réactions.(lire ici) Pourtant, son budget était équivalent à celui de la Charente aujourd'hui*

**Rectificatif : le budget affecté à la modification du logo de la Charente-Maritime était de 15000 € TTC et non de 30000 € comme mentionné ci-dessus.*

Gratuit ou payant ? Ce qu'il faut sans doute ne pas perdre de vue, c'est qu'**un logo, c'est avant tout un outil de communication**, véritable identité visible sur de nombreux supports : panneaux de signalisation, papiers, autocollants, publications… Autant de supports qui sont d'ailleurs bien plus onéreux à modifier que le visuel lui-même.

Alors autant jouer la carte du professionnalisme et se donner les moyens d'un visuel attractif et sympathique car l'investissement doit durer quelques années et la communication est au centre du fonctionnement des institutions et entreprises d'aujourd'hui.

CR.

La Charente
a des Ailes!