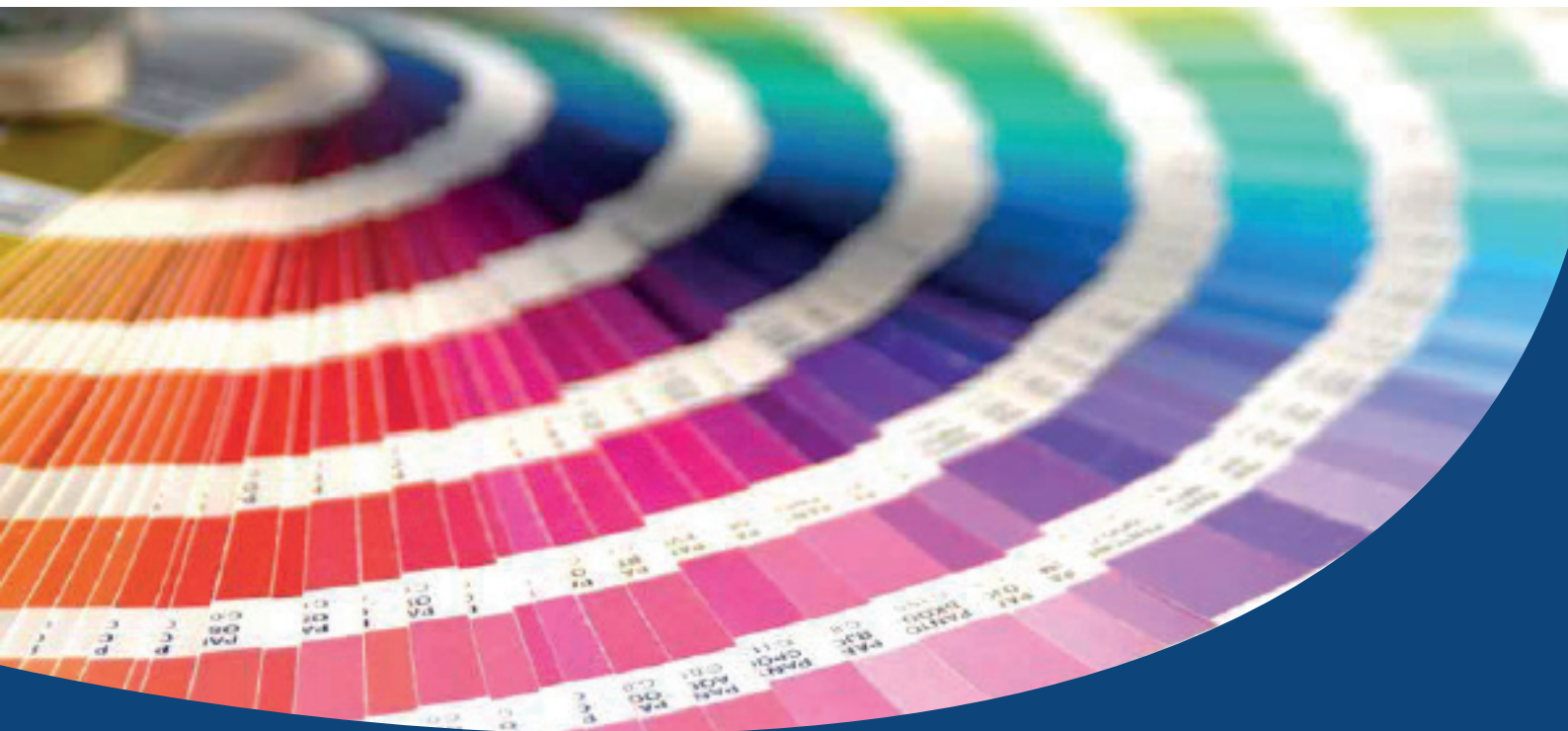


UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE POUR BOUGIVAL

Pour une commune, avoir sa propre identité visuelle permet d'apporter de la cohérence entre les différents acteurs de la ville, de créer un sentiment d'appartenance et de la cohésion entre ses habitants, et enfin, de stimuler le développement économique et le tourisme. Cette identité passe avant tout par la création d'un logo ; celui-ci donnant le ton, et représentant des valeurs qu'il synthétise. Avec une identité claire, la ville y gagne en cohérence, en lisibilité, en force.



BOUGIVAL, UNE VILLE HISTORIQUE QUI N'EST PAS FIGÉE DANS LE TEMPS

Jusqu'à présent, la ville utilisait son blason historique comme logo. Les blasons datent de l'Ancien Régime. Ils ont été inventés au XI^e siècle, lorsque les chevaliers ont commencé à porter des casques fermés qui recouvraient entièrement leur tête. On ne pouvait alors les reconnaître. Les chevaliers vont alors peindre sur leurs écus des figures géométriques, animales ou végétales ; les blasons étaient nés. Les chevaliers avaient ainsi les mêmes préoccupations que les entreprises et les collectivités aujourd'hui ; être reconnus.

Les chevaliers ne sont plus, mais les blasons sont restés dans beaucoup de communes. Cependant, en 2022, il faut bien reconnaître que le blason conserve toute sa valeur historique mais il ne reflète plus l'image réelle et souhaitée de la ville. Le positionnement, l'ambition, l'envergure et les valeurs qui l'animent désormais exigent une communication en adéquation avec cette nouvelle réalité. Changer de logo marque la volonté d'impulser une nouvelle dynamique et de se projeter clairement dans le 21^e siècle, en affirmant des valeurs modernes tournées vers un développement durable.



UN NOUVEAU LOGO, POUR QUOI FAIRE ?

Un changement de logo et l'adoption d'une nouvelle identité ne doivent pas être pris à la légère. Beaucoup peuvent estimer que ce sont des dépenses inutiles. Il s'agit au contraire d'un véritable investissement sur l'avenir. La refondation d'une identité visuelle est une démarche indispensable pour une collectivité, et à long terme, faite pour durer.

Pour en comprendre tout l'intérêt, nous pouvons faire le parallèle avec une carte d'identité. Nous éprouvons le besoin de la refaire lorsqu'elle est périmée mais aussi lorsque la photo est trop vieille et ne nous ressemble plus. À l'époque pour une collectivité est aussi indispensable que pour une entreprise ou une personne. Cela permet à tous les partenaires et institutions qui sont les interlocuteurs autant que les partenaires d'une commune, de facilement comprendre ce qu'elle est aujourd'hui et quel est son positionnement pour l'avenir.



UN BLASON EN GAGE DE LOGO

Jusqu'à présent, à Bougival, c'était le blason historique qui faisait office de logo. En 2021, de chevaliers il n'y a plus. Si le blason de Bougival reste un document historique pour la ville, il est indéniable qu'il ne pouvait plus constituer un élément de langage sur les supports de communication modernes. En reprenant la métaphore de la carte d'identité, le blason ne ressemble plus au Bougival du XXI^e siècle.

UN FACTEUR DE COHÉSION ET D'APPROPRIATION DU TERRITOIRE

De même, l'identité d'une ville touche le cœur des citoyens qui y vivent. Elle est facteur de cohésion, d'appropriation du territoire, et développe le sentiment d'appartenance. Ces deux fonctions « appropriation / appartenance » délimitent « physiquement et mentalement » les frontières des territoires, et participent à la constitution des « identités » individuelles et collectives. L'identité est aussi un gage de développement économique en transférant au-delà des frontières municipales, voire régionales, les valeurs et les atouts de la commune.

LE NOUVEAU LOGO DE BOUGIVAL

Bien souvent malheureusement, les logos de villes ou de territoires sont réalisés en interne, par soucis d'économie. Mais dans la réalité, c'est faux. Car c'est un travail long qui entraîne donc des surcoûts de salaire. Quant à la faire réaliser par des personnes non spécialisées, c'est comme réparer un bateau avec des petits bouts de bois. Cela bouche les trous, mais ce n'est pas pérenne.

UNE SOLUTION GRAPHIQUE SIMPLE MAIS UN TRAVAIL COMPLEXE

La Ville a choisi d'investir sur le long terme et a sollicité une agence parisienne pour élaborer sa nouvelle identité. Réaliser un nouveau logo est un métier, ce n'est pas simplement faire un joli dessin. Cela demande des heures d'analyses, de réflexions stratégiques, de recherches graphiques, la production de plusieurs pistes cohérentes et plausibles, et leurs déclinaisons sur plusieurs supports pour voir si le tout fonctionne.



La déclinaison du nouveau logo qui sera utilisé sur certains supports

LE MOT DE L'ÉLUE



Cette nouvelle identité visuelle permet à Bougival de faire le lien entre le 20^e et le 21^e siècle, entre impressionnisme et engagement écologique



Camille GUÉNÉGAN

Adjointe au maire déléguée à la communication et à la démocratie participative

LE NOUVEAU LOGO DE BOUGIVAL

Le nouveau logo de Bougival veut souligner son territoire, sa naturalité, son engagement écologique ainsi que la qualité de vie que son cadre exceptionnel permet.

Le tracé supérieur représente son territoire complexe. On y distingue la nature boisée, son terrain vallonné, le centre-ville et ses bâtisses historiques au centre desquelles trône son clocher emblématique.

La typographie redessinée pour lui conférer plus d'originalité est solide, lisible. Des arrondis graphiques ont été ajoutés aux extrémités des lettres, afin d'en adoucir les angles et ainsi la doter d'un dessin plus organique et plus vivant. Les filets inférieurs symbolisent la Seine qui s'écoule, muse des peintres impressionnistes. Ils viennent dynamiser l'identité en la soutenant, grâce à leur forme, dessinée comme un coup de pinceau.

Les couleurs de ce logo sont puisées directement dans la nature, un vert vif, intense et chaleureux ainsi qu'un bleu gentiane, profond et velouté.

La ville est un organisme vivant en perpétuelle réinvention et résolument tourné vers son avenir ainsi que celui de ses citoyens, il était donc nécessaire d'avoir un logo qui puisse incarner cette trajectoire, passée, présente et future.

CONTACT PRESSE

Christine DEZAUNAY

Chef de Cabinet

Tél — 01 30 78 25 86

christine.dezaunay@ville-bougival.fr

Dominique LAFFITTE

Responsable de la communication

Tél — 01 30 78 20 48

service.communication@ville-bougival.fr



DOSSIER DE PRESSE

Une nouvelle identité visuelle pour Bougival