



Sous embargo jusqu'au 15 juillet, 14 h 15 (JST)

Nissan : un nouveau logo pour un nouvel horizon

Comment Nissan a adapté son logo au monde numérique

INSÉRER L'IMAGE 1 :

Le monde dans lequel nous vivons est plus connecté que jamais et grâce à internet les nouvelles générations se construisent avec un accès à la connaissance et un potentiel d'interactions incroyables. Nous vivons aujourd'hui tout autant dans le monde physique que dans le monde numérique. Une marque forte se doit donc d'avoir un logo percutant sur ces deux plans.

Depuis 20 ans, le logo de Nissan est un signe distinctif de ses véhicules, et bien plus encore. Il constitue l'identité de la Marque, sa carte de visite, et représente la promesse du plaisir de conduire qu'offrent ses modèles. Depuis des décennies, le logo est resté fidèle à la devise de son fondateur Yoshisuke Aikawa, « Shisei tenjitsu o tsuranuku », qu'il traduisait par : « *Une détermination sincère ouvre toutes les portes.* »

Tout en conservant l'essence de cette maxime, la nouvelle « carte de visite » Nissan reflète les changements de société importants des deux dernières décennies : à l'aube d'un nouveau chapitre, Nissan a repensé son logo.

Cette nouvelle version illustre la volonté de la Marque de se tourner vers l'avenir, tout en restant profondément ancrée dans son héritage et sa tradition d'innovation. Au centre, on retrouve le nom de Nissan, immédiatement reconnaissable, qui rappelle instantanément l'historique de la Marque tout en évoquant son évolution.

INSÉRER L'IMAGE 2 :

Le design du logo

L'aventure a commencé à l'été 2017, lorsque Alfonso Albaisa, Senior Vice President of Global Design chez Nissan, a commencé à étudier les évolutions possibles du logo et de l'identité de la Marque. Il a missionné une équipe dirigée par Tsutomu Matsuo, directeur général adjoint de l'Advanced Design Department de Nissan pour envisager et étudier toutes les options, d'une subtile évolution à une complète réinvention. Seuls les mots clés « fin, léger et flexible », dictés par Alfonso Albaisa étaient là pour guider le travail de Tsutomu Matsuo et de son équipe.

« *Nous nous sommes inspirés des avancées dans les domaines de la science, des technologies et de la connectivité, et de la manière dont ces progrès ont fondamentalement fait évoluer nos clients* » a expliqué Alfonso Albaisa. « *Comme vous pouvez l'imaginer, la numérisation était au premier plan de nos réflexions.* »

Au cours des deux années qui ont suivi, l'équipe a esquissé plusieurs versions, gardant toujours à l'esprit les mots d'Yoshisuke Aikawa : « *Soyez passionné, innovez, relevez les défis.* »



Plusieurs variables ont été prises en compte, et l'équipe a notamment pris la décision au début du processus d'apposer un logo lumineux sur les modèles entièrement électriques à venir. Cela a présenté des défis techniques, tels que le calcul de l'épaisseur optimale du contour pour qu'il paraisse net lorsqu'il est allumé, et bien sûr la conformité aux réglementations gouvernementales concernant les éléments lumineux sur les voitures. Il fallait également que le logo soit visible lorsqu'il n'est pas illuminé, en version numérique ou papier par exemple.

INSÉRER L'IMAGE 3 :

Quel que soit le support, ce nouveau logo devait représenter Nissan, sans équivoque et de façon percutante.

Après d'innombrables croquis et plusieurs maquettes, l'équipe a présenté un logo en deux dimensions. Plus design qu'industriel, il est adaptable à différents usages et supports. Sa conception a commencé en 3D, puis a été adaptée en 2D. Les designers ont d'abord créé le logo lumineux, puis la zone lumineuse a été retirée pour obtenir la version en 2D.

Ce nouveau logo illustre la transition d'une image purement industrielle vers une tonalité raffinée, familière, qui intègre les technologies numériques. Il marque l'évolution de Nissan, qui n'est plus seulement un constructeur de véhicules traditionnels, mais un fournisseur de mobilité et de services.

« Tout comme les versions précédentes, le nouveau logo Nissan reprend notre maxime : Une détermination sincère ouvre toutes les portes. », a déclaré Tsutomu Matsuo. « Chez Nissan, notre confiance dans le pouvoir de la volonté n'a jamais faibli. Comme en témoignent nos développements précurseurs en matière d'électrification, d'assistance au conducteur et de connectivité. Notre logo doit transmettre tout cela instantanément et montrer notre engagement envers nos clients, nos employés et la société. »

INSÉRER L'IMAGE 4:

Une identité forte, qui marque le public

Le nouveau logo fera son apparition en juillet 2020, sous forme numérique et physique. Les véhicules électriques Nissan porteront un logo exclusif éclairé par 20 LED (correspondant au nombre d'années écoulées depuis la dernière refonte du logo), rappel visuel important de la direction que prend Nissan, vers un avenir électrifié.

Le nouveau logo sera ensuite intégré à tous les supports, du papier à en-tête à l'identification visuelle des concessions, en passant par les réseaux sociaux et la publicité numérique. Les quatre versions disponibles permettront de l'adapter à nos différents modes de communication.

INSÉRER L'IMAGE 5 :

Notamment, dans certaines applications numériques et vidéo, le logo « s'animera » en se déplaçant et vibrant sur divers arrière-plans ; reflétant ainsi notre monde en constante évolution et la flexibilité dont il faut faire preuve pour rester intéressant, pertinent et singulier.



Le Nissan Ariya, premier crossover 100% électrique de la marque récemment présenté, sera la première voiture à arborer le nouveau logo. Le crossover Nissan Ariya, nouvelle icône de la stratégie Nissan Intelligent Mobility, a été conçu pour incarner pleinement les trois piliers que sont Intelligent Driving, Intelligent Power et Intelligent Integration. Ils constituent la vision de marque qui anticipe la manière dont les voitures seront conduites, motorisées et connectées à leur environnement. C'est donc le véhicule idéal pour inaugurer ce logo dont il a inspiré la conception.

« Le Nissan Ariya est notre tout dernier véhicule électrifié, doté de technologies de pointe », a déclaré Alfonso Albaisa. « C'est le modèle parfait pour présenter ce nouveau logo. »

D'autres véhicules arboreront le nouveau logo dans les années à venir, à mesure que Nissan continuera d'écrire ce nouveau chapitre de son histoire.

INSÉRER L'IMAGE 6 :

Pour plus d'informations sur nos produits, nos services et notre engagement en faveur d'une mobilité durable, rendez-vous sur le site nissan-global.com. Retrouvez-nous aussi sur [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#) et visionnez nos dernières vidéos sur [YouTube](#).

###