

# Logo Ubisoft

## Histoire et évolution du logo au fil du temps

Ubisoft a connu plus de 5 changements de logo en l'espace de 30 ans.

1. 1986 : Le premier logo repose sur un style populaire. Le logo est un classique qui démontre la spécialisation de l'industrie dans la vente de jeux vidéo.



2. 1989 : Le deuxième logo met en avant l'homogénéité en utilisant les mêmes couleurs (noir et blanc) et la même police pour "Ubi" et "Soft" dans le but de simplifier la lecture du logo. "Entertainment Software" a été ajouté en dessous d' "UBI SOFT" en italique pour mettre l'accent sur l'aspect divertissement.

**UBI SOFT**  
*Entertainment Software*

3. 1993 : Le logo a été complètement retravaillé. Trois couleurs sont utilisées : le vert, le jaune et le bleu. Les lettres "U", "B" et "I" faisant référence au mot latin "ubi" (où) figurent à l'intérieur d'un carré de couleur verte, jaune et bleue respectivement. Le jeu autour des carrés est assez évocateur de la volonté d'Ubisoft de vouloir s'émanciper à travers l'originalité.



4. 1994 : L'apparition des premiers jeux de plateforme Rayman destinée aux familles a incité l'industrie à évoquer un arc-en-ciel sur le logo pour symboliser la joie et l'enchantement en famille.



5. 2003 : Le logo Ubisoft a connu un véritable changement. La marque a changé de nom et l'entreprise a connu un évènement important : l'acquisition du studio Red Storm, développement de la série de jeux Tom Clancy, diversification des projets de jeux pour les adultes. L'entreprise a décidé de le fêter en optant pour un logo "swirl" (ref. tourbillon). La même année, l'industrie a gagné en maturité et s'est tournée vers un public plus âgé.



### **Le logo actuel d'Ubisoft**

En 2017, le logo de l'entreprise a de nouveau changé. Le logo reflète la tendance du blanding qui consiste en un style simplifié et épuré. Ainsi, le logo est monochrome et la spirale a été simplifiée. Elle fait un jeu de couleur autour du noir faisant référence au pouvoir, et à la position d'Ubisoft sur le marché. En effet, la société travaille sur le développement d'un nouveau monde de jeu et adopte un positionnement de plus en plus compétitif sur le marché.

La spirale met en avant la lettre "O" qui représente l'enthousiasme, la curiosité, la notoriété d'Ubisoft ainsi que l'esprit "sans foi" et "sans loi" de la société.



## Proposition du nouveau logo Ubisoft



## Guide des polices

L'utilisation de la typographie "Good Timing" a pour objectif de mettre en avant l'ultra modernisme et la passion des jeux vidéo. Il s'agit d'une police très utilisée pour les jaquettes de titres de jeux vidéo d'action et elle peut s'adapter à toutes les contraintes linguistiques. L'objectif étant de rappeler qu'Ubisoft s'adresse à un public de tout horizon confondu.

Ici, la couleur noire rappelle à nouveau le positionnement d'Ubisoft sur le marché.

Typographie : Police de caractère ultramoderne basée sur celle de Good Times de 1998

# Good Timing

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ \$ %

De plus, nous avons voulu conserver le principe du logo swirl c'est-à-dire de la forme tourbillonnaire pour manifester l'ouverture d'esprit d'Ubisoft face aux éventuelles évolutions auxquelles le domaine du jeu vidéo sera confronté.

## Choix et charte graphique

Pour notre nouveau logo Ubisoft, nous avons décidé de nous axer sur 4 axes majeurs :

### 1. Le branding : redorer l'image écornée d'Ubisoft

Nous avons symbolisé le renouveau de l'entreprise via le bleu et le rose, couleurs de la parité homme-femme.

Le bleu rgba(24,93,172,255) symbolise la sécurité et la confiance pour une nouvelle culture d'entreprise saine. Le violet (rgba(82,84,164,255) symbolise le mystère associé au monde du jeu vidéo. Le rose rgba(182,98,145,255) est une couleur associée au jeu.



Les résultats issus de la segmentation montrent que de nombreuses femmes jouent aux jeux-vidéo et nous avons pu identifier un segment de gameuses. Nous voulons ainsi qu'elles se sentent intégrées.

Le cercle permet également d'évoquer la convivialité des jeux vidéo, la force et la fiabilité.

De plus, l'image d'Ubisoft a été entachée depuis 2020 par plusieurs scandales de harcèlements sexuels dûs à une culture misogyne, patriarcale et toxique. Plusieurs hauts cadres, tels que Serge Hascoët, directeur créatif, et Cécile Cornet, DRH, ont quitté leurs fonctions. Cela était d'autant plus un coup dur en raison de la communication de la marque axée sur la tolérance,

l'égalité homme-femme et le multiculturalisme. Notre logo veut insister sur le renouveau de la culture d'entreprise d'Ubisoft.

## **2. Ubisoft est une entreprise d'avenir : le métaverse**

Le bleu et le rose sont également les couleurs du metaverse, une notion très en vogue depuis le changement de nom de Facebook et qui est un enjeu majeur dans l'avenir des jeux-vidéo.

Le casque de réalité virtuelle, les filaments en demi-cercle qui symbolisent le réseau, la lettre "O" redécorée avec les filaments permettent de renforcer cette évocation du métaverse.

## **3. Ubisoft ne se résume pas aux jeux-vidéo**

Le métaverse ne se limite pas aux jeux-vidéo et a un nombre d'applications infinies : parc d'attractions, cinéma etc.

De même, cela correspond à la stratégie d'Ubisoft de diversification de ses services et produits par intégration horizontale. Ainsi, Ubisoft a formulé en 2010 son ambition de devenir le nouveau Disney français et a réalisé plusieurs films, une attraction à futuroscope et s'est lancé dans le métaverse en coopération avec The Sandbox. Ils ont également mis en place une application de réalité augmentée en collaboration avec le Château de Versailles : les enfants pouvaient chasser des lapins crétins dans les jardins.

## **4. Ubisoft est une entreprise branchée**

La police utilisée a été arrondie, sans serif et modernisée pour rajeunir l'image de marque. La segmentation a fait ressortir des segments très jeunes, entre 20 et 25 ans.

**Nouvelle page d'accueil avec le nouveau logo et les couleurs du metaverse (violet)**



## Réseaux sociaux

Nous avons choisi Facebook et Youtube comme réseaux sociaux de référence par rapport aux résultats obtenus. En effet, nous avons constaté qu'il y avait en grande majorité des étudiants de 22 à 23 ans qui jouent aux jeux vidéos. La présence de ces jeunes étudiants est plus importante sur Facebook et Youtube. Ubisoft dispose d'une page officielle sur Facebook qui met en avant un e-shop, accessible aux jeunes.

Ubisoft est également présent sur Youtube avec ses 167 K abonnés et on peut observer une certaine régularité au niveau de la publication de leurs vidéos.

The screenshot shows the profile section of Ubisoft's official Facebook page. At the top is a collage of game art from various Ubisoft titles. Below it is the page's logo, a circular icon with a stylized 'U' and 'B'. The page name 'Ubisoft' is followed by a blue verified checkmark. The bio reads '@ubisoft.france · Éditeur de jeux vidéo'. A blue button labeled 'Voir la boutique' is visible. The navigation bar includes links for 'Accueil', 'À propos', 'Vidéos', 'Événements', and 'Plus'. On the right, there are buttons for 'J'aime déjà', a search icon, and a more options icon. The 'À propos' section contains a post welcoming users to the Ubisoft France page and encouraging them to stay informed about game news. There are also links to 'Voir tout' and 'Créer une publication'.

The screenshot shows the main feed of Ubisoft's official Facebook page. It features a post from 'Adibou par Wiloki sera de retour le 28 avril ! Disponib...' with 302 interactions and 9,6 K vues. Below it is a 'Boutique' section showing a product for 'TOM CLANCY'S GHOST RECON VENGEANCE' with 1600C + 100 coins for 9,99 €. Further down is a 'Transparence de la Page' section with a link to the page history. The right side of the feed displays a post from 'Ubisoft' about the Far Cry 6 universe, featuring a photo of a man and a woman. The post has 298 interactions and 177 commentaires. At the bottom, there are links for 'Créer une Page' and legal information about data protection and terms of service.

YouTube FR

ubisoft

Accueil

Explorer

Shorts

Abonnements

Bibliothèque

Historique

Vos vidéos

À regarder plus tard

Vidéos "J'aime"

Plus

FARCRY6  
DISPONIBLE MAINTENANT!

Ubisoft France 167 k abonnés

ACCUEIL VIDÉOS PLAYLISTS COMMUNAUTÉ CHAÎNES À PROPOS

Rainbow Six Extraction - Trailer : Les avis de la presse [0]

1333 vues • il y a 3 mois

Réussi de bout en bout" - JVLive  
"Une coopération vraiment jouissive" - JV (Jeuxvideo.com)

C'est l'heure d'entrer dans la zone d'endiguement. REACT dernier espoir de l'humanité contre les Archéens. Ensemble vous et votre escouade devez combattre pour notre futur ...

LIRE LA SUITE

This screenshot shows the Ubisoft France YouTube channel page. The channel has 167k subscribers. The main video thumbnail is for the 'Rainbow Six Extraction - Trailer : Les avis de la presse [0]' which has 1333 views. The video player shows 0:02 / 0:33. Below the video, there's a snippet of text from JVLive and Jeuxvideo.com praising the game. The channel navigation bar includes ACCUEIL, VIDÉOS, PLAYLISTS, COMMUNAUTÉ, CHAÎNES, and À PROPOS. On the left sidebar, there are links to Accueil, Explorer, Shorts, Abonnements, Bibliothèque, Historique, Vos vidéos, À regarder plus tard, Vidéos "J'aime", and Plus. A large banner at the top promotes Far Cry 6 with the text 'DISPONIBLE MAINTENANT!'.

← UBISOFT

ACCUEIL VIDÉOS PLAYLISTS COMMUNAUTÉ

FARCRY6  
DISPONIBLE MAINTENANT!

UBISOFT

S'ABONNER

167 k abonnés • 1,6 k vidéos

Bienvenue sur la chaîne Youtube officielle d'Ubisoft France. >

Rainbow Six Extraction - Trailer : Les avis de la presse [OFFICIEL]

Ubisoft France • 1,3 k vues • il y a 3 mois

This screenshot shows the same Ubisoft France YouTube channel page as the desktop version, but it's displayed on a mobile device. The layout is adapted for a smaller screen, with the channel name 'UBISOFT' at the top and the main video thumbnail for 'Rainbow Six Extraction' below it. The channel stats (167k abonnés) and a welcome message are also present. At the bottom, a snippet of the 'Rainbow Six Extraction' trailer is shown with its title and view count.