



Econest
SAE 202 Dossier de conception &
Direction artistique
Concevoir un produit/service et sa communication

Chouteau Lindsay, Mauduit Jade, Serreau Owen, Thorel Timothée

Agence 8 - TD 12C

28/04/2025

QUESTIONNAIRE DE MARQUE

Notre entreprise

Nom de l'entreprise :

Le nom de l'entreprise est *Econest*, c'est un assemblage des mots "eco" et "nest".

Eco sert à rappeler les valeurs écologiques de la marque.

Nest ("nid" en anglais) représente l'idée de meubles, pratique et en bois, qui permettent de se créer un chez soi confortable.

Missions :

Notre mission est de vendre des meubles en bois recyclés. Ces meubles sont à la fois pratiques, durables et à petits prix pour être accessibles à tous.

Les valeurs de la marque

Problématique environnementale :

Comment développer des meubles éco-conçus adaptés aux besoins des étudiants, tout en tenant compte de leur budget limité et de la nécessité de mobilité et de flexibilité dans leurs espaces de vie ?

Notamment en participant à la lutte contre la déforestation grâce au recyclage du bois effectué pour la réalisation des meubles.

Ses engagements :

Econest s'engage à utiliser seulement du bois recyclé qui provient de forêts éco-gérées, de chutes de bois récupérées chez des professionnels ou des particuliers ou encore en récupérant d'anciens meubles.

Elle s'engage aussi à utiliser des colles et vernis écologiques et non toxiques.

Ainsi qu'à réduire les emballages au minimum et faire en sorte que les livraisons polluent le moins possible, notamment grâce à des véhicules électriques.

Identité de la marque

Une identité visuelle perçue comme :

- Respectueuse de l'environnement
- Ingénieuse, engagée
- Dynamique

Une identité visuelle pour :

- Affirmer nos valeurs écologiques et d'accessibilité à tous
- S'intégrer au marché existant et se démarquer non pas par notre identité visuelle mais grâce à nos valeurs et à nos meubles réutilisables, simples et écologiques.

Notre produit

Une réponse à quel problème :

Nos produits permettent à tous et notamment aux étudiants qui ont des petits budgets de pouvoir avoir des meubles pratiques et écologiques. Ainsi ils ont la possibilité de lutter contre la déforestation malgré leur faible budget. Ce sont des meubles simples, durables et écologiques.

Promesse :

Limiter la déforestation et la surproduction, tout en répondant aux besoins des consommateurs et en utilisant du bois de qualité.

Preuve :

Provenance de nos matériaux



Bénéfice consommateur :

Il a une bonne conscience car en choisissant cette entreprise il limite la déforestation. Il peut être sûr que le meuble est de bonne qualité et responsable.

Message :

- Limiter la déforestation
- Diminuer la pollution durant le transport (exemple : le trajet bateau ou plus avion du brésil à la france + camion + usine + mise en magasin à l'achat = TRÈS polluant)
- Prévention sur les impacts écologiques

Les valeurs du produit :

Il est facilement montable car sans pièce métallique. Il est aussi possible de nous renvoyer des meubles en échange de bons d'achats. Toutes les étapes de conception de nos meubles sont réfléchies pour être les plus écologiques possibles.

- Minimaliste
- Pratique
- Polyvalent

Nos besoins

Votre cible :

Notre cible est principalement composée d'étudiants qui souhaitent avoir des meubles en bois pratiques, qui essayent de diminuer leur impact écologique au maximum tout en ayant un budget limité.

Représentations visuelles :



Déterminer un ton :

Pour s'adresser à notre cible nous prenons un ton ingénieux et chaleureux. Cela permet à notre entreprise de démontrer son expertise et de rester professionnel tout en créant une relation de confiance et de proximité avec notre cible.

Quels sont les critères qui caractérisent votre cible et la communication ?

Notre cible se compose principalement de jeunes adultes (étudiants), qui ne possèdent donc que peu de moyens financiers. Ces jeunes cherchent à avoir un quotidien plus écologique. Notre communication se doit d'être fraîche et dynamique pour correspondre à cette tranche d'âge, elle doit être aussi informative sur l'impact environnemental causé par la production de meubles (déforestation, émission de CO2 par le transport) et doit donc montrer les bienfaits écologiques de nos produits (bois recyclé, transport par véhicules électriques).

Les valeurs de notre cible

Personnalité, attitude, centre d'intérêt, valeurs, croyances et statut socio-économique



Émilie

- 22 ans
- Étudiante en deuxième année de psychologie
- Lyon, en colocation avec 2 autres étudiantes

Revenus : Environ 800€ par mois, issus de son job étudiant et d'une bourse

Émilie est une jeune étudiante passionnée par l'environnement et la psychologie. Elle vit en colocation dans un appartement qu'elle partage avec deux autres étudiantes. Elle a récemment pris conscience de l'importance de la durabilité et de l'impact écologique de ses choix quotidiens. Pour son appartement, elle recherche des meubles fonctionnels, modulables et, si possible, recyclés, qui respectent ses valeurs écologiques. Elle a un budget limité, mais elle est prête à investir dans des produits de qualité qui dureront longtemps. Elle préfère éviter les meubles fabriqués à partir de ressources non durables.

Habitude d'achat : Privilégie les achats en ligne, consulte souvent les avis avant de prendre une décision d'achat. Est influencé par des valeurs éthiques et l'impact environnementale des produits.

Centres d'intérêts :

- Lecture
- Collection de carte Yu-Gi-Oh!
- Séries médicales comme "Grey's Anatomy"

Motivations :

Trouver des produits abordables et modulables, qu'elle pourra facilement transporter et réutiliser

Participer à une démarche de consommation plus responsable et durable

Défis :

Trouver des meubles abordables qui soient également durables et écologiques

Ne pas vouloir sacrifier l'éthique pour le prix, mais avoir un budget limité

Freins :

Manque d'options abordables qui répondent à ses besoins esthétiques et pratiques

La difficulté de trouver des produits faciles à assembler et à transporter, étant donné qu'elle déménage souvent

Besoins :

Acheter des meubles qui lui permettent de donner un style personnel à son appartement tout en étant respectueux de l'environnement.

Compétences et valeurs:

Connait les principes de base du recyclage et de la consommation responsable

Très active sur les réseaux sociaux, notamment Instagram et TikTok, où elle suit des influenceurs écoresponsables

Sensible à l'impact environnemental de ses choix d'achat et cherche constamment à réduire son empreinte carbone

Comportement en ligne :

Recherche de plus en plus des produits qui respectent l'environnement, surtout dans des catégories comme les meubles et la décoration

Elle suit des pages de conseils sur la décoration intérieure, mais aussi sur des pratiques écologiques, comme le zéro déchet ou le recyclage

Elle apprécie les contenus visuels et vidéos qui mettent en avant la fabrication durable des produits et leur impact positif sur la planète

Les valeurs de notre cible sont donc sa sensibilité à la cause environnementale, être altruiste, responsable et autonome. Sa morale la pousse à faire attention à l'environnement.

Nos besoins

Y a t'il un défi ou un problème à surmonter pour toucher la cible?

Il faut pouvoir, tout en restant écologique, respecter nos valeurs, concernant l'accessibilité des meubles ainsi que faire des bénéfices. C'est-à-dire, garder des prix bas pour nos meubles afin qu'ils soient accessibles à tous, plus particulièrement aux étudiants, tout en faisant des bénéfices.

Identité de marque:

Quels thèmes ou idées aimeriez vous voir apparaître dans votre logo, en lien avec vos valeurs ?

Dans notre logo nous aimerions voir apparaître des éléments et symboles qui rappellent la nature, l'écologie (feuilles, bois, ...) afin de mettre en avant notre problématique environnementale. Mais nous voulons également mettre en avant du dynamisme pour rendre le logo moderne et attrayant (notamment grâce aux couleurs).

Approche sémiotique:

On voudrait toucher efficacement notre cible en développant une approche sémiotique autour des éléments suivants :

Couleurs :

Du vert, pour évoquer la nature et l'éco-responsabilité

- De l'orange et du bois clair, pour rappeler les matériaux naturels
- Du jaune ou un vert plus vif, pour apporter du pep's, du dynamisme et parler aux jeunes

Formes et symboles :

- Des formes arrondies, pour créer un ressenti chaleureux et accessible
- Des symboles de recyclage, comme les flèches, pour incarner la durabilité
- Des éléments modulaires ou pratiques, pour faire écho à l'adaptabilité des meubles

Typographie :

- Un style arrondi et lisible, qui reste sérieux tout en étant accueillant

On voudrait que notre univers visuel transmette une image responsable, jeune, engagée et optimiste – en phase avec une génération qui se soucie de son avenir et de celui de la planète.

Des symboles ?

Afin de représenter la nature et la forêt, nous pouvons utiliser l'image de la feuille, représentant dans la mémoire collective l'écologie et la nature. Ou encore le bois avec un tronc, ses cernes, son écorce, qui mettent en avant l'utilisation d'un bois pur et non recomposé avec des matériaux toxiques.

Identité de marque

Y'a t-il des symboles ou des styles à éviter ?

Nous devons éviter les symboles en référence à la surproduction et à la production industrielle notamment en évitant les formes géométriques, la linéarité et les couleurs trop flashy. Nous voulons également éviter les couleurs trop fades et ternes, il faudra donc trouver le bon équilibre.

Y'a t'il une palette de couleurs à respecter ou que vous aimeriez exploiter ?



Utiliser des couleurs saturées et lumineuses pour mettre en avant le dynamisme.
Mettre du vert pour l'aspect écologique,

Le paysage : pour comprendre vos affinités



Oui, le logo utilise des couleurs vives qui apportent du dynamisme. Or, l'aspect écologique n'est pas assez représenté.



Oui, le logo est simple, facilement compréhensible et ingénieux. L'aspect écologique est bien représenté.



Non, le logo est trop complexe, trop détaillé, cela porte à confusion, on ne sait pas quoi en conclure.



Non, le logo est plutôt simple et facilement retenable, mais les références incluses dans le logo ne sont pas compréhensibles pour tout le monde.



Oui, le logo est plutôt simple mais les couleurs n'apportent pas le dynamisme que nous recherchons.



Non, le logo et les couleurs n'apportent pas assez de dynamisme. Or le logo a une certaine ingéniosité.



Non, le logo est trop complexe avec trop de détails et trop d'écriture. Le visuel n'apporte pas la modernité et le dynamisme que nous recherchons.



Non, le seul élément sémiotique qui nous permet de comprendre que Trizzy est une entreprise écologique est la mascotte représentant un panda, aucune couleur ni autre élément permet de mettre en valeur cette caractéristique. Or la typographie et le visuel sont modernes.

Énumérez les valeurs associées à votre identité visuelle

Écoresponsable, naturelle, dynamique et minimaliste.

Mascotte

Notre entreprise n'a pas besoin de mascotte, car elle privilégie une image professionnelle et moderne, en accord avec son positionnement et sa clientèle. Une mascotte pourrait nuire à cette cohérence et détourner l'attention de nos valeurs essentielles. De plus, son développement et sa promotion représentent un investissement important sans garantie de retour significatif. Nous préférons concentrer nos efforts sur des stratégies de communication plus efficaces et adaptées à notre secteur. En plus de cela la mascotte est adaptée à un public plus enfantin, hors nous avons une cible étudiante, la mascotte n'aura alors pas d'intérêt.

Design d'information

Quel processus ou données complexes souhaitez vous traiter sous forme de design d'information?

Nous souhaitons représenter sous forme de design d'information l'impact écologique de l'industrie du meuble (déforestation, CO2, déchets) comparé à notre solution durable. Ce design pourrait inclure des données sur :

- Le nombre d'arbres abattus par an pour la fabrication de meubles traditionnels
- Les émissions de CO2 liées au transport des meubles classiques
- Le pourcentage de bois recyclé utilisé dans nos produits
- La réduction d'impact grâce au transport en véhicules électriques

L'objectif est de visualiser les bénéfices environnementaux de notre solution pour sensibiliser notre cible, notamment les étudiants, de manière simple, visuelle et engageante.

Quelle utilité de ce design sur votre site?

Ce design d'information a une double utilité :

Informer nos visiteurs (surtout les jeunes consommateurs) sur l'impact écologique de leurs choix d'ameublement, souvent méconnus.

- Valoriser nos engagements écologiques (bois recyclé, production responsable, transport propre).
- Renforcer la confiance et l'adhésion à notre marque en montrant concrètement en quoi nos produits ont un impact positif sur l'environnement.

Il s'intégrera alors dans notre communication comme un outil convaincant s'alignant parfaitement avec notre ton dynamique et engagé, soucieux de l'environnement.

BRIEF CRÉATIF

Mood board



Ébauches individuelles



Auto évaluation

Après réflexion ensemble, nous avons conclu que le premier logo était trop géométrique. En effet, nous devions éviter les formes géométriques et la linéarité qui rappelait trop la surproduction et à la production industrielle.

Pour le deuxième logo, les couleurs étaient trop vives et la typo utilisée un peu trop grosse. Cependant l'idée et la forme sont intéressantes.

Le troisième logo n'était pas assez original et ne marquait pas assez les esprits, c'était un logo trop simple.

Le 4ème et 5ème logos, eux, étaient trop complexes, de plus cela ne correspondait pas avec notre choix de ne pas avoir de mascotte.

Les Logos 6 et 7 était bien, mais la texture ajouté sur le mot Nest, rendais la lisibilité difficile pour les personnes avec des problèmes de vue à cause des nombreux détails et de la couleur clair s'entrecroisant avec le blanc.

Choix final



Argumentation :

Ce logo est le meilleur parce que l'équilibre des couleurs est parfait, elles ne sont ni trop vives, ni trop fades. Et la typo est assez singulière pour marquer les esprits sans pour autant provoquer la confusion. L'idée de la représentation de la feuille avec Eco est une bonne idée et permet de rappeler l'origine de la marque : La lutte contre la déforestation. Le mot éco peut aussi rappeler une flèche, symbolisant le passage à l'action dans cette lutte et incitant les clients à passer à l'achat.

C'est le logo parfait car c'est le compromis parfait entre l'originalité et l'excentricité. Le logo restera donc dans les mémoires sans avoir pour autant des réactions négatives car trop excentriques.

Analyse sémiotique

1. Dimension linguistique et typographique

Texte :

- "ECO" : en vert vif, évoquant la nature, l'écologie, la durabilité.
- "NEST" : en orange chaleureux, symbolisant la douceur, l'accueil, un habitat.

Typographie :

- Ludique, manuscrite et organique.
- Elle donne une sensation de proximité, d'accessibilité.

Le logo se compose de deux mots : "Eco", écrit en vert, et "Nest", en orange. La typographie manuscrite et arrondie évoque la douceur, la simplicité et l'accessibilité. Elle suggère un univers chaleureux, naturel, voire enfantin, qui renforce le lien émotionnel avec le public. Ce choix typographique crée une proximité et véhicule une identité organique et bienveillante.

2. Dimension chromatique et iconographique

Les couleurs jouent un rôle fondamental :

- Le **vert vif** fait référence à la nature, à la croissance, à la durabilité environnementale.
- L'**orange** du mot "Nest" renvoie à la chaleur humaine, à la convivialité et à l'idée d'un foyer accueillant.

Un élément graphique marquant est la flèche verte intégrée au mot "Eco", dont la forme rappelle une feuille. Ce double symbole (flèche/feuille) évoque à la fois la direction, le progrès écologique, le passage à l'action et la nature elle-même. Il incarne le mouvement vers un avenir plus durable, tout en conservant une légèreté visuelle.

3. Dimension symbolique

- "Eco" renvoie à l'écologie, mais aussi à "économie" au sens de gestion durable.
- "Nest" (nid) : lieu sûr, protégé, naturel – une métaphore du foyer écologique. Ils désignent un espace de vie durable, accueillant, et respectueux de l'environnement.

Relation signe / référent

- **Icône** : Le mot "NEST" et la forme douce de la typographie imitant visuellement une idée de nid douillet.
- **Indice** : Les couleurs et la forme de la flèche/feuille suggèrent directement des connotations écologiques.
- **Symbol** : Le langage écrit et les couleurs sont des conventions culturelles interprétées dans un contexte éco-responsable.

4. Rapport signe / référent

En termes sémiotiques :

- Le logo agit comme icône par la douceur de sa forme, qui rappelle visuellement un cocon ou un nid.
- Il est enfin symbole, car il repose sur des conventions culturelles (couleurs, mots) pour faire sens dans un contexte contemporain de transition écologique.
- Il s'adresse à une audience sensible à l'environnement,
- Il évoque chaleur, nature et modernité,
- Il associe habitat et écologie par un jeu typographique simple mais efficace.