

Un nouveau logo pour un Gref en mutation

En mars dernier, le CA du Gref a sollicité directement des militants pour élaborer des propositions d'un nouveau logo. Celui proposé par la délégation Nord a ainsi été retenu, après d'ailleurs avoir été soumis au vote des adhérents lors des Journées nationales de juin dernier. C'est à présent le moment de revenir ici sur la démarche particulière et les conditions de sa réalisation.

Depuis janvier 2016, la délégation régionale Nord s'est engagée dans un renouvellement de la politique de communication, plus affirmée, totalement intégrée à la vie de l'association, structurante, et impliquant tous les militants. Nous avons donc accepté de réfléchir collectivement à la demande du CA, d'autant plus que l'arrivée d'une graphiste professionnelle, Maéva Carrasqueira, sous statut de service civique pendant quelques mois, nous avait déjà permis de construire plus rapidement une ligne graphique forte et originale, révélée dans les deux premiers numéros du Chti'Gref.

La démarche:

Elaborer un nouveau logo pour une association stabilisée, c'est déjà délicat : les approches sont subjectives et ce qui convient à l'un déplaît à l'autre. Mais pour une association en mutation, qui se donne un nouveau projet, c'est carrément risqué. Il faut donc écouter, tenir compte des remarques, des représentations, tenter d'en faire quelque chose, tout en respectant la demande du CA.

Nous avons donc pris contact avec des militants déjà impliqués dans une réflexion dans leur région, puis affirmé des choix graphiques en cohérence avec ce qui nous paraissait correspondre à l'évolution du Gref. Les adhérents de la Délégation régionale Nord ont, certes, été beaucoup sollicités et leurs réactions ont orienté les modifications successives des différentes variantes des logos proposés (au total plus d'une quarantaine de variantes proposées). Dans le souci constant de respecter les procédures démocratiques de l'association, les délais ont toujours été tenus et le CA a disposé de documents (logos et texte explicatif) soulignant les choix retenus.

Construire du sens

Un logo, c'est d'abord des mots, des idées, du contenu, du sens et tout graphisme en est le vecteur. Pour être compris, encore faut-il expliquer sa construction, au moins sur trois éléments : la disparition du quadrillage, le choix des lettres et celui des couleurs.

Le quadrillage : Ce logo se veut ouvert. En supprimant le quadrillage, nous voulions **vraiment effacer l'idée de frontières**. Demande incontournable du CA, la référence à la mappemonde a été reprise, mais en suggérant la courbe sans l'enfermer, sans lui donner l'importance ancienne. L'intitulé entier du Gref peut d'ailleurs apparaître ou non (2 versions disponibles).

La mappemonde est également décentrée, le Gref n'est plus au centre du monde.

Le choix des caractères : Le G, magistral, reprend une police de caractères proche de l'ancien logo, dans un souci de continuité, mais immédiatement tempérée par le décrochage du r. Avec une police différente, un corps de caractère plus petit, ce r prend acte de la disparition du terme retraités et renvoie ainsi à la seconde lettre du mot Groupement. Un choix clairement assumé.

La référence à l'éducation a été plus délicate, (tenter le figuratif? un livre ?) mais nous avons finalement choisi de ne pas surcharger le graphisme, sans induire une lecture. Le caractère e est, lui aussi, plus neutre, mais ne se veut pas imposant et directif, dans un souci de cohérence avec le projet éducatif du Gref.

La lettre *f* est plus vive, plus dansante, plus communicative, et s'ouvre à d'autres possibles...

Les couleurs : Deux couleurs, en référence à *Ici* et *Là-Bas*.

D'autres essais de couleurs différentes ont été proposés, mais ce logo bleu et vert a finalement recueilli le plus d'intérêt. (On pourra retrouver l'histoire et la charge symbolique et sociale de ces couleurs dans les excellents ouvrages de Michel Pastoureau).

En fait, nous avons tenté de construire un logo de transition, en référence au nouveau projet du Gref.

En conclusion

La communication est intimement liée à la vie interne d'une association, elle a un rôle à jouer dans la construction de sens, de structuration et d'appropriation d'un nouveau projet. Mettre des mots sur un logo, par exemple, c'est accepter le débat d'idées, les points de vue différents pour construire ensemble. Aucune communication n'est neutre, même la plus factuelle ou la plus creuse : il faut avoir le courage politique de le dire, de prendre des risques, d'assumer ses choix, de les défendre, de s'efforcer de convaincre puis d'accepter la décision prise démocratiquement.

En ces temps d'actualité perturbée et perturbante, certaines délégations régionales du Gref élaborent ou ont élaboré des politiques de communication fortes, structurées, d'autres s'engagent dans cette voie, toutes avec compétence et réflexion. C'est de cela que le Gref a bien besoin.

Pour la Délégation Nord
Myriam Matonog

+++++

Maeva Carrasqueira est graphiste professionnelle, avec une formation Bac +3 en communication graphique. Elle a déjà travaillé en entreprise et a choisi d'orienter ses choix professionnels vers les associations et, pour cela, elle a préalablement rejoint la délégation régionale du Gref Nord les six premiers mois de 2016, avant de s'installer graphiste indépendante. Elle partage nos valeurs de solidarité et ses convictions citoyennes et éducatives ont permis un travail intense et réellement créatif.