

Branding - Cardinal

Contexte et problématique

Cardinal est une agence de communication intégrée, fruit du rassemblement des agences du groupe Asuwish sous une seule et même bannière. Face à la croissance du collectif et la diversification des expertises, il devenait essentiel de structurer une entité dédiée pour porter nos expertises en marketing & performance, en communication, en applicatifs métiers et en RSE au service. Comment créer une identité singulière, capable de fédérer les équipes autour d'un même cap, tout en affirmant une différence radicale dans un univers saturé de codes visuels attendus ? L'enjeu était double : affirmer une posture stratégique et créative forte, tout en incarnant une nouvelle ambition collective.

Défi

Créer une identité disruptive dans le paysage des agences, un nom polysémique, porteur de sens, et une esthétique en contre-pied total des conventions dans l'ère du no-logo. Cardinal, c'est l'audace d'une direction stratégique assumée et de la liberté créative.



Objectifs :

- Affirmer le positionnement haut de gamme de l'offre en stratégie de marque
- Rendre visible notre approche auprès des annonceurs et talents
- Créer un objet de désir, capable de séduire, intriguer, et marquer durablement

Cibles :

- Principale : les entrepreneurs, les responsables communication et directions marketing, dans le privé et le public.
- Secondaire : les acteurs du secteur, les talents, les partenaires stratégiques.

Révélation de l'identité

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7373299136764350464>

Branding - Cardinal

Le concept créatif

Cardinal, un nom polysémique. C'est une direction, une boussole, une couleur, une fonction. Le mot évoque les points cardinaux, le cap stratégique, mais aussi Richelieu, figure d'autorité et de prestige ou l'oiseau flamboyant. Le twist : un univers visuel centré sur le violet – contre-pied du rouge cardinal.

La signature "L'esprit stratège" remet l'humain au cœur de nos expertises tout en mettant sa posture de conseil aux marques et aux entreprises en valeur. La baseline s'affirme comme une promesse.

Éléments clés

Création

- Naming, signature, manifeste, plateforme de marque
- Design logo & territoire graphique
- Animation vidéo lancement

Innovation

- Choix d'un violet vibrant et inhabituel dans l'univers du conseil
- Typographie propre (Josefin Sans et Laurel modifiée pour le logotype)
- Nom polysémique, riche de lectures : guide, cap, autorité, stratégie, orientation



