



+

CNAC Georges POMPIDOU
Service des Archives

(14)

AIR FRANCE & SON IMAGE

DP. 2002 004 (1)

L'image graphique d'Air France a été créée et développée par ECA 2
sur la base d'études réalisées par Publicis, sous la direction d'un comité
composé d'agents de la Compagnie



INFORMATIONS

avec le C.C.I.

Paris, le 24 septembre 1985

N° 2 408

"50 ANS D'AIR FRANCE A TRAVERS SON LOGO"

AIR FRANCE ET SON IMAGE AU CENTRE NATIONAL D'ART ET DE CULTURE GEORGES POMPIDOU

Le Centre Georges Pompidou présentera à partir du 25 octobre, une exposition consacrée à l'image d'Air France vue à travers son logotype.

Il y a cinquante ans, la Compagnie nationale portait déjà ses couleurs à travers le monde. Il y a dix ans, une transformation de son image graphique était réalisée par l'équipe de la société E.C.A.2. Il y a un an, Air France recevait le premier prix du logo parmi les 200 premières entreprises françaises.

Une histoire exemplaire de l'évolution d'une image d'entreprise, évoquée au Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou, par un décor original, des maquettes d'avions, des films et des animations audiovisuelles.

Cette exposition, placée sous le haut patronage du Président de la République, sera ouverte du 25 octobre 1985 à 10 h 30 au 18 novembre 1985.

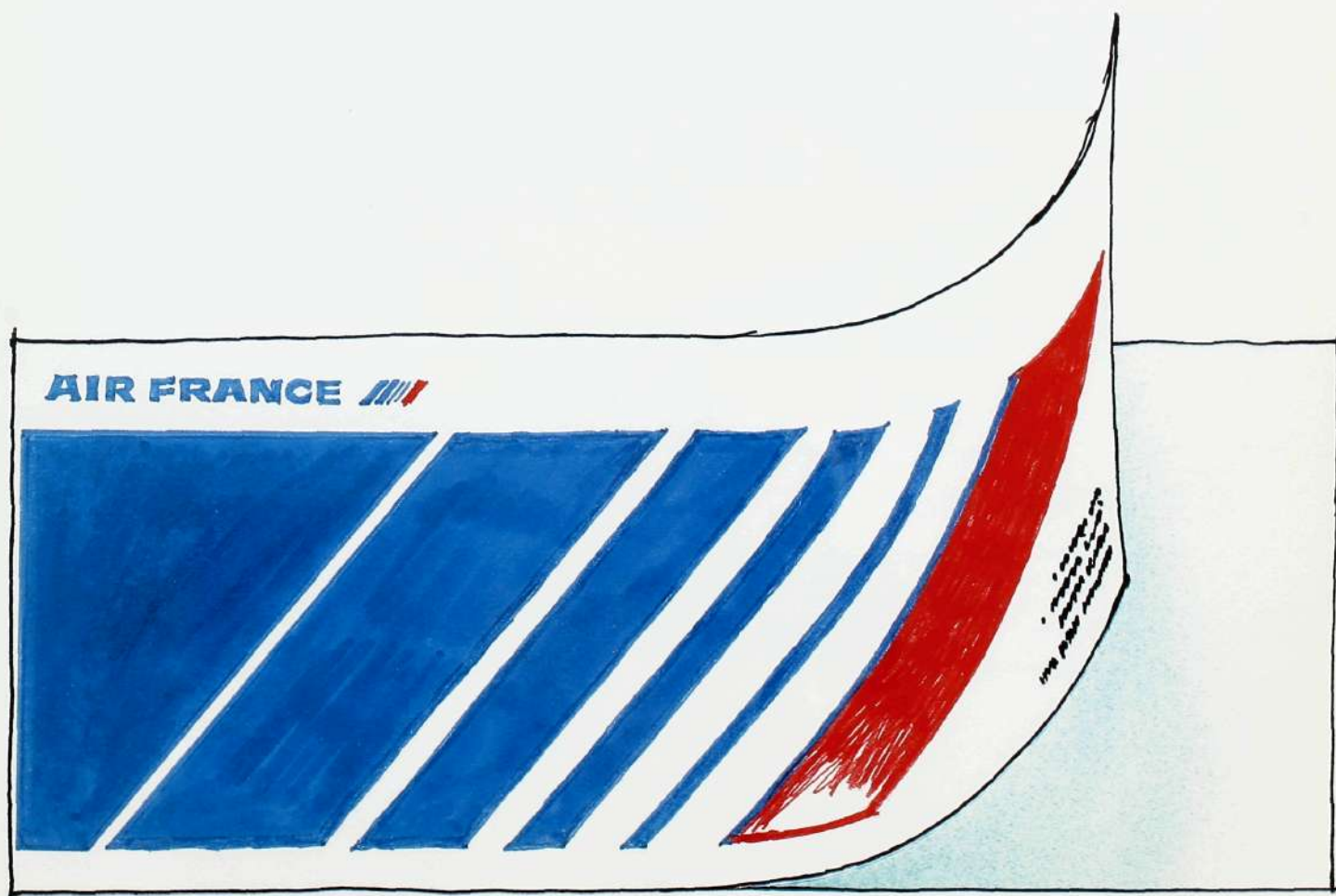
AIR FRANCE 

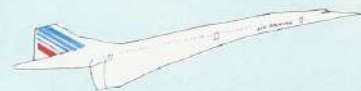
SERVICE DE L'INFORMATION
1 SQUARE MAX HYMANS - 75757 PARIS CEDEX 15
TELEPHONE 323 85 09 (LIGNE DIRECTE)
ADRESSE TELEGRAPHIQUE AIRFRANS PARIS
TELEX 200666 APPAR A (ou B) 200666 F

AIR FRANCE se définit d'abord par l'efficacité de ses services, par la qualité de son organisation et par la compétence de son personnel. Mais notre Compagnie se définit aussi par son image visuelle, une image visuelle qu'elle a voulu forte et de qualité, exprimée par des symboles et des couleurs spécialement créés ou retenus à cette fin. Ainsi, l'hippocampe ailé, emblème apporté par la compagnie AIR ORIENT à la naissance d'AIR FRANCE en 1933. Encore présent, il demeure un signe de reconnaissance des agents de la Compagnie. Ainsi la typographie, arrêtée en 1963 et qui, inchangée depuis lors, exprime avec force la puissance et la stabilité d'AIR FRANCE. Ainsi, enfin, la ligne graphique créée en 1975 par ECA 2, que l'on retrouve sur les avions, dans les agences, sur les billets et jusque dans la communication publicitaire. Une image visuelle qui exprime avec élégance le dynamisme, l'exigence de qualité et la référence nationale de la Compagnie AIR FRANCE.

Un jury réuni par le grand quotidien "Les Echos" désignait, en 1984, AIR FRANCE comme la première des entreprises exerçant une activité en France pour la qualité et la cohérence de sa représentation graphique, et lui accordait le "Prix du Logo".

Au cours de l'automne 1985, le Centre de Création Industrielle du Centre Georges Pompidou consacre ce succès en présentant au public l'exposition "AIR FRANCE et son Image : 50 ans d'évolution d'un logo". Une image portée par la Compagnie et ses 35 000 agents, à travers les continents, et reconnue aujourd'hui dans le monde entier.





LE BLANC EST LA PREMIERE COULEUR
D'AIR FRANCE - LE SYMBOLE D'UNE EXIGENCE DE PERFECTION
LE BLEU EST LA REFERENCE LA PLUS SENSIBLE
AU REVEIL A L'EVASION
LA VIBRATION DYNAMIQUE LA VITESSE
LE ROUGE EST LE POINT AXE QUI VIENT STABILISER
LA VIBRATION DU BLEU
LE BLEU & LE ROUGE
ASSURENT LE CARACTERE FRANCAIS DE LA COMPAGNIE

AIR FRANCE



LA FLOTTE
APPLICATION ESSENTIELLE
DE LA LIGNE GRAPHIQUE



L'AVION EST BLANC (PURETE DE LIGNE, VISIBILITE MAXIMALE)
NOTRE PRESENCE SUR LA PISTE
- LA DERIVE EST UN SIGNAL
LE GRAPHISME S'Y DEPLOIE EN
S'ADAPTANT A SA HEUTE
L'HIEROCAMPE - 1^{er} EMBLEMES HISTORIQUE DE LA COMPAGNIE
REMPLEUR LE SYMBOLE DE RECONNAISSANCE INTERNE
IL EST PLACE PRES DE LA CABINE DE PILOTAGE
NORMALISATION : CAHIER DES NORMES

VEHICULES DE PISTE
BLANC POUR LA FONCTION
BLEU POUR LA TRACTION

PETIT VEHICULE BLANC
BONNE PERCEPTIBILITE SUR LA PISTE
IDENTIFICATION PAR ADHESIFS
NORMALISATION : CAHIER DES STANDARDS

L'IMAGE DE L'AVION EST FONDAMENTALE DANS L'EXPRESSION VISUELLE DE LA COMPAGNIE

LES PREMIERES ETUDES DE LA NOUVELLE IMAGE ONT ÉTÉ RÉALISÉES POUR LE "CONCORD" : MISE EN VALEUR DE LA PURETÉ DE LA LIGNE DYNAMISME VIBRANT

AUTOCAR IL EST DANS LA VILLE LE PROLONGEMENT DE L'AVION PREMIER LIEN AVEC LE VOYAGE L'ANNONCE DE LA SIGNALÉTIQUE DE LA FLOTTE (ANTI-PREMIER BIEN GRAPHISME ADAPTÉ A LA LIGNE & AU VOLANT)



FAÇADE ÉNERGIE D'AGENCE STABILITÉ VISIBILITÉ SUR TOUTE LA FAÇADE RESPECT DE L'ARCHITECTURE BANDEAU EN LIMITE SUPÉRIEURE DE LA VITRINE CAISSON ALÈS & BRASSE LUMINEUX BLEU & ROUGE OU MONOCHROME BLANC S'IL CONTRAINTES D'ENVIRONNEMENT

LE BILLET ASSIMILATION TOTALE DU SYMBOLE GRAPHIQUE (LA MARQUE) & DU SYMBOLE VOYAGE AINSI TRAITÉ, LE BILLET DEVIENT LE SYMBOLE PAR EXCELLENCE DE LA COMMUNICATION AIR FRANCE (UTILISATION DANS LA DÉCLINAISON PUBLICITAIRE)

LA TYPOGRAPHIE RESTE INCHANGÉE L'ÉCRITURE DU MOT AIR FRANCE ASSURE LA CONTINUITÉ (GARANTIE DE STABILITÉ)

TEXTILES - FAUTEUILS - MOQUÈTES... UTILISATION DE CONTINUS DU SYMBOLE TON SUR TON - CONTRASTE RACCOURCIS DROITS - RACCOURCIS HAUTES AMÉNAGEMENT INTÉRIEUR CHALEUR PROXIMITÉ MISE EN VALEUR ARCHITECTURALE DU SYMBOLE

LE PERSONNEL : SA TENUE FAIT RÉFÉRENCE A L'IMAGE GRAPHIQUE ELLE GARDE ÉGALEMENT SES PROPRES CARACTÉRISTIQUES D'ÉLÉGANCE, DE CONFORT

LE SYMBOLE : EXPRESSION D'UNE DYNAMIQUE RETROUVÉE, RÉFÉRENCE A L'IDENTITÉ NATIONALE

**AIR FRANCE
& SON IMAGE**

 **Centre Georges Pompidou**

Centre de Création Industrielle
25 OCTOBRE - 18 NOVEMBRE 1985