

LE PETIT PAUMÉ PRÉSENTE SA NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE

Le Petit Paumé renforce son image en dévoilant, ce jour, sa nouvelle identité visuelle. Celle-ci s'appuie sur 50 ans d'existence et incarne l'évolution du Petit Paumé, d'un unique guide papier à un média multicanal. Plus moderne, plus simple et adapté au modèle digital, ce nouveau graphisme - pensé par l'agence Nevermind - vise à affirmer l'image de marque.

Mathilde Vandon, responsable communication en 2019, explique : « *Notre logo n'avait pas évolué depuis 15 ans. Or, pendant cette période, le Petit Paumé a changé d'envergure et a développé sa présence dans le paysage médiatique lyonnais. Nous avons souhaité refléter ces changements dans notre identité visuelle au moment du passage du cap symbolique des 50 ans du guide papier* ».

Une présence digitale

Alors que le guide reste un élément fort de l'identité du Petit Paumé, distribué à 250.000 exemplaires et attirant pas moins de 120 000 personnes lors de son plus gros lancement à Bellecour, le Petit Paumé a su prendre le tournant du digital. Proposant quotidiennement du contenu et des recommandations, notamment sur la page Facebook qui totalise 107.000 followers, Le Petit Paumé est devenu acteur sur tous les réseaux sociaux.

Une présence événementielle

Depuis 2018, le Petit Paumé propose Les Petites Pausés, des *afterworks* revisités, avec un thème et lieu uniques à chaque édition. Ces rencontres complètent les grands rendez-vous annuels tels que le Village du Petit Paumé, les soirées gourmandes, les lancements, et la nuit du Petit Paumé ; et contribuent ainsi à renforcer le lien avec les Lyonnais. Depuis peu, le Petit Paumé organise également des événements d'entreprise tel que le premier anniversaire de la boutique Dr. Martens Lyon, le vendredi 22 mars.

Le changement de charte graphique vise donc à affirmer la nouvelle dimension multicanale du Petit Paumé et appuie son ambition de devenir une marque actrice de la vie quotidienne des Lyonnais. Il s'adosse à une campagne de publicité commençant ce jour, sous le nom « *Le Petit Paumé serait-il contagieux ?* ».



Ancien logo



Nouveau logo 2019

Les fondamentaux de la marque conservés

Le Petit Paumé a repris deux éléments forts de sa précédente charte graphique : la forme du sigle, et l'alliance de l'écriture numérique et manuscrite. En effet l'objectif est toujours le même : recommander ce qu'il se fait de mieux à Lyon.

Un logo plus moderne

Le logo plus aéré et plus évocateur, marque la distinction entre le digital et le guide. Il se décline en différents visuels représentant les différents champs d'action du Petit Paumé.



Rencontres mensuelles



Relations partenaires



Le Petit Paumé sur les réseaux

Une nouvelle palette de couleurs aux tonalités vives

Les tons acidulés sont maintenant plus vibrants. Ils représentent la dynamique, la visibilité et l'impertinence du Petit Paumé. Ces nuances modernes et jeunes prouvent les facultés d'adaptation et d'innovation d'une marque agile.

Note aux éditeurs :

Une image HD de la nouvelle identité de marque du Petit Paumé est disponible sur demande.

A propos du Petit Paumé :

Le Petit Paumé est une association (loi de 1901) créée en 1968 et ayant pour objectif de faire découvrir Lyon, ses établissements, ses bons plans et ses événements. Ses 35 bénévoles travaillent principalement à la rédaction et la promotion d'un city-guide, distribué gratuitement à plus de 200 000 exemplaires lors des lancements, le plus connu étant celui de Bellecour. Le Petit Paumé est la deuxième association étudiante de France en termes de moyens financiers ; et a remporté le titre de Meilleur Guide aux City Guide Awards 2018. Selon le dernier bilan réalisé par l'Institut IPSOS en 2018, le Petit Paumé a un taux de notoriété spontanée auprès des lyonnais de 53 % et de notoriété globale de 96%.

Contact presse : charlotte.carteret@petitpaume.com | 04 78 33 12 12



Le Petit Paumé



@lepetitpaume



Le Petit Paumé