



Le Stade de Reims fait peau neuve

Un territoire et une plateforme de marque signés Leroy Tremblot

18 JUIN 2020



Alors que ce jeudi 18 juin marque les 80 ans du plus célèbre des appels, c'est à celui d'un nouvel élan graphique que le Stade de Reims répond... Date tout aussi symbolique pour le club de la cité des Sacres, ce jour correspond également à celui de sa création : le Stade de Reims fête en effet ce jour son 89e anniversaire. L'occasion de dévoiler une nouvelle identité visuelle signée Leroy Tremblot et au-delà un territoire de marque ainsi qu'une signature des plus allusives... Un ensemble teinté de modernité et de références au premier grand club de l'histoire du football de France.

Un programme d'identité visuelle global signé Leroy Tremblot

Dans le but d'accroître sa visibilité et dans le cadre de la redéfinition de son territoire de marque, le Stade de Reims, club historique du football français, a sollicité les équipes de Leroy Tremblot, filiale branding de l'agence LAFOURMI pour la refonte de son identité visuelle.

Si la symbolique est en rupture avec l'ancienne identité, les éléments qui la composent et les référents qu'elle active sont en tout point très semblables. Plus simple, plus pure et plus élancée, la nouvelle identité s'exprime en rouge et blanc dans un style à la rémoise.

L'ensemble des éléments s'inscrit dans une composition originale, symbole de puissance et d'ouverture. Puissante par la graisse et la composition du nom, ouverture par la gestion des espaces qui circulent autour des différents éléments graphiques.

Les initiales S et R sont désormais unies pour composer un monogramme parfaitement axé sur le nouveau blason couronné, dont les courbes sont calquées sur celles du porche de la cathédrale de Reims. La couronne symbolise à la fois la « Cité des Sacres », qui fait la renommée de la ville, mais aussi les générations pionnières du Stade de Reims, celles des premiers rois du football de France, et notamment Raymond Kopa. Le nom pour sa part, joue du dessin et des graisses typographiques pour visualiser la préposition sans perturber la composition des deux mots majeurs qui composent le nom du club. **L'habillage et le réaménagement du Centre de Vie Raymond Kopa** sont programmés pour être parés dans quelques semaines d'un nouvel univers graphique à la fois contemporain, chaleureux et humain.

« Si l'écriture graphique est indéniablement plus moderne, nous avons souhaité que les éléments qui la composent véhiculent les mêmes symboles. La couleur reste inchangée, l'acronyme SR demeure le symbole du nom du club et la cathédrale l'inspiration des courbes. Du ballon nous avons conservé le pentagone, joyau central de la couronne et figure emblématique de ce sport », explique Dominique Jubert, Directeur général de Leroy Tremblot.

Une nouvelle plateforme de marque

Au-delà de l'identité visuelle, c'est **la plateforme de marque du club qui a été repensée et qui prend vie sous sa nouvelle signature :**

« **Maison de Football** ». Cette signature endosse les valeurs historiques et culturelles du club au regard de l'excellence artisanale rémoise, mais elle incarne aussi et surtout celles du centre de formation. Un lieu d'enseignement et de pédagogie où les valeurs familiales de respect, de rigueur et de travail sont enseignées au quotidien aux futurs footballeurs professionnels.



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LA COMPOSITION

Elle renforce l'esprit d'organisation, de solidité et de tradition du club dans un souci de **simplicité, de pureté et d'ouverture**. Le logotype à la fois libre et souple s'adapte à tous les fonds dont il émerge par la **force de son dessin**.

LE MONOGRAMME SR

Les initiales **S** et **R**, présentes dans la version précédente du logotype, sont désormais **solidaires et indissociables**. Elles se composent en un tout harmonieux pour former un **monogramme exclusif**. L'association des deux lettres illustre l'esprit de famille, cher au Stade de Reims.

LA TYPOGRAPHIE

Elle a été spécialement dessinée pour incarner **les valeurs d'un club historique** du championnat de France. Sobres et classiques, ses terminaisons obliques traduisent un **prestigieux héritage** tout en suggérant l'écriture d'un futur. **Le jeu subtil des graisses** autorise le nom à se passer d'une préposition trop encombrante sans transgresser son identité.



LA COURONNE

C'est le **symbole de la « Cité des Sacres »** qui a fait la renommée de Reims, mais c'est aussi un clin d'œil aux **générations pionnières du Stade de Reims**, celles des premiers rois du football de France. La forme pentagonale du joyau fait référence à l'univers du football.

LE BLASON

C'est le symbole commun à **l'héraldisme et au sport**. C'est ici un autre référent à l'histoire de la ville puisqu'il va puiser l'origine de **ses courbes** dans celle du grand portail de la cathédrale de Reims. Une forme qui associe **le sport et la culture**, et **le passé avec le présent** en référence à l'enveloppe du premier logotype du Stade de Reims dans les années 30.

LES COULEURS

Le rouge et le blanc sont **le socle identitaire** du club parce qu'elles font partie intégrante de son histoire. Symboles de **passion et enthousiasme**, ces deux couleurs sont immuables.

Jean-Pierre Caillot : « un blason iconique sur le fond et avant-gardiste sur la forme »

Près de vingt ans après le dernier changement d'identité visuelle du club, le Président du Stade de Reims ainsi que le Directeur général commentent ce nouveau cap, synonyme de trait d'union entre une riche histoire et un futur prometteur...

Jean-Pierre Caillot, Président du Stade de Reims : « *La création d'une nouvelle identité graphique répond à plusieurs objectifs pour le club. Tout d'abord il s'agissait de moderniser un logotype qui date d'une vingtaine d'années et dont les marqueurs ont vieilli. Ensuite, à l'aube de la saison 2020-21 qui marque le 90e anniversaire du Stade de Reims, l'enjeu était d'afficher un blason iconique sur le fond et avant-gardiste sur la forme reprenant des codes historiques, culturels et permettant au Stade de Reims de se distinguer dans son univers. Nous avons longtemps caressé le rêve de remettre au goût du jour le logo qui a fait la renommée du Grand Reims avec la bouteille de champagne mais le travail exploratoire juridique nous a conduits à écarter cette piste. Les équipes se sont alors efforcées de partir d'une page blanche, tout en puisant dans les racines du club. Je pense à la couronne, aux lettres S et R qui font écho au blason originel du club, le premier arboré dans les années 1930. En ce sens, cet emblème se veut le trait d'union entre notre Histoire et notre futur. Un futur incarné par les nouvelles générations qui pourront s'approprier un logotype qui leur ressemble par sa modernité.* »

Mathieu Lacour, Directeur général du Stade de Reims : « *Au-delà d'un logotype, nous avons bâti un territoire de marque. Du centre de vie Raymond Kopa jusqu'à l'Académie, le club s'appuie désormais sur un univers de marque cohérent et transversal. L'approche du groupe-projet qui a travaillé sur ce dossier stratégique pendant un an et demi, a été de penser un logotype moderne mais teinté de symboles. L'intégration du portail principal de la cathédrale de Reims comme socle de ce nouvel emblème en est l'illustration. Cet ensemble graphique allie la dimension historique d'un club ancré dans sa ville, tout en diffusant l'idée de modernité qui caractérise le Stade de Reims. Une « Maison de Football » qui cultive tradition et ambitions.* »

À PROPOS DE LEROY TREMBLOT

Leroy Tremblot est la première agence de branding spécialisée et dédiée à l'univers du sport.

L'agence intervient depuis 1996 en véritable experte de la marque dans plus de quinze disciplines sportives auprès des acteurs de l'économie du sport sur des problématiques identitaires très larges et de plus en plus complexes. Depuis 2017, Leroy Tremblot est la filiale branding et design de l'agence LAFOURMI, 1ère agence indépendante de communication sport en France. Elle est dirigée depuis janvier 2020 par Dominique Jubert.

Contact presse : Marion Aburto // marion@lafourmi.biz // tél. : 06 10 95 48 67

À PROPOS DU STADE DE REIMS

Fondé en 1931, le Stade de Reims est un club pionnier dans l'histoire du football français. 6 fois champion de France entre 1949 et 1962, premier finaliste de l'histoire de la Coupe des clubs champions européens (ancêtre de la Ligue des Champions), le club de la cité des Sacres est aujourd'hui en plein renouveau. 6ème du dernier exercice de Ligue 1, dotée de l'un des meilleurs centres d'entraînement de l'hexagone, cette authentique « Maison de Football » s'illustre également par une approche familiale, diffusée par une communication disruptive et des campagnes digitales primées à plusieurs reprises.

Contact : Benjamin Parrot // b.parrot@stade-de-reims.com // tél. : 06 12 04 05 56