

A l'occasion du Grand Prix de France le 24 juillet, 99designs par Vista, réinvente les célèbres logos des écuries de F1

A l'occasion du Grand Prix de France qui se tiendra le 24 juillet prochain, 99designs par Vista, plateforme créative mondiale, a demandé à ses designers de [réinterpréter les logos des équipes de F1](#) en s'inspirant des [tendances de design de 2022](#).

« La Formule 1 est une industrie dans laquelle le design est primordial : tout est étudié de la conception des pièces à l'utilisation de certaines couleurs pour communiquer les valeurs de chaque écurie. Les équipes emblématiques de F1 comme Mercedes, Ferrari, Alpine etc. font aujourd'hui désormais partie de la culture populaire, à tel point que leurs univers graphiques et leurs logos sont régulièrement l'objet d'expérimentations par des graphistes du monde entier qui jouent avec leurs codes. A l'occasion du Grand Prix de France, nous avons demandé aux designers de 99designs de donner leur réinterprétation de ces logos iconiques, en utilisant les toutes dernières tendances dans le monde du design : je vous laisse découvrir leur parti pris parfois très radical! » Indique Sabine Leveiller, General Manager Vista France.

Red Bull Racing



Tuyau en caoutchouc rétro inspiré du design de [Glerm Rubini](#)

Le designer [Glerm Rubini](#) propose une réinterprétation du logo de l'écurie Red Bull Racing, en s'inspirant d'une tendance phare de cette année en matière de création de logo : le [tuyau en caoutchouc](#) avec une touche forte « rétro ». Glerme Rubini canalise l'esthétique fantaisiste et accessible de cette tendance dans sa refonte du logo Red Bull Racing.

Il commente : « La marque Red Bull a pour tradition d'explorer l'utilisation de dessins animés dans sa communication et l'idée dans la réinterprétation de son logo était de faire une illustration littérale d'un red bull dans un environnement de course, à côté d'un pneu très convivial. »

Les éléments illustrés du logo sont complétés par une typographie inspirée des publicités du début du 20ème siècle, utilisant des polices dessinées à la main et des textures en demi-teintes pour rendre l'ensemble plus ludique...

Ferrari



Logo inspiré du design de bulles [extrêmes par cakamura](#)

Ferrari est peut-être l'une des écuries les plus emblématiques au monde, et le designer [cakamura](#) a été très inspiré pour réinventer le logo de cette marque héroïque intemporelle aimée par toutes les générations. Ce design est créé à l'aide d'une typographie dessinée à la main, inspirée de la tendance rétro- bulle, avec une palette de couleurs rouge vif « jeune » plutôt que le rouge « héritage » plus foncé utilisé par la marque.

Cette année, les graphismes arrondis et les styles de lettrage utilisant [des formes bulles](#) à l'extrême sont des tendances fortes en design. Alors que cette dernière est souvent utilisée sur les packagings de produits destinés aux enfants, l'exagération des éléments visuels et des formes permet de rendre ici le design plus raffiné, avec un clin d'œil au plaisir enfantin : c'est ce qu'a voulu retranscrire le designer [cakamura](#) dans ce logo Ferrari réinventé.

Mercedes



Conception du logo à motif paramétrique par [skaarij](#)

Autre tendance forte en 2022 en création design : mettre en valeur les motifs en utilisant [la géométrie paramétrique](#) dans la conception visuelle. Ces lignes fluides et ces effets tridimensionnels créent une sensation de mouvement parfaite pour l'empreinte visuelle d'une équipe de F1.

Comme l'indique [le designer skaarij](#) : « J'adore développer des motifs paramétriques. C'est l'un des rares styles de création capable de produire des illustrations avec une profondeur 3D tout en utilisant

des couleurs plates. Avec sa palette de couleurs futuriste et son style discret, nous pouvons imaginer ce logo sur toute une gamme de produits. »

McLaren



Conception expérimentale du lettrage par [Ravastra Design Std](#)

Cette année, [le lettrage expérimental](#) dans la conception de logo a atteint de nouveaux sommets, et crée une typographie « expressive ». Ici, [Ravastra Design Std](#) a exploité cette tendance polyvalente en réimaginant le logo de l'équipe McLaren avec l'utilisation d'une police personnalisée. Il décrit sa réinterprétation comme suit : « L'idée vient de l'emblématique swoosh McLaren : La courbure élégante de la carrosserie du [noble oiseau Kiwi](#) était l'idée originale du logo. Je l'ai rapproché du centre et je l'ai utilisé comme courbe du R. »

Les lettres ici prennent de nouvelles formes dans la conception de ce logo, avec le R majuscule imitant la forme du désormais emblématique « Speedy Kiwi » de la Nouvelle-Zélande natale de Bruce McLaren.

Alpine



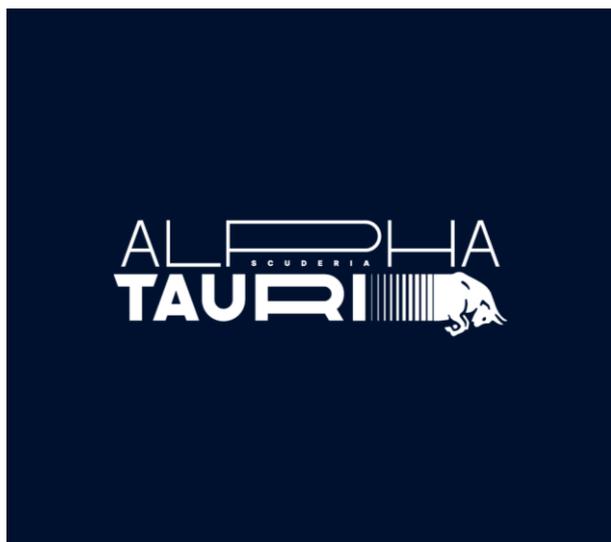
Design inspiré du renouveau grunge par [AdriánKG](#)

Cette année la tendance des années 90 est partout : ce [renouveau grunge](#) se retrouve également dans le monde du design, comme on peut le voir avec ce logo Alpine réinventé. Caractérisée par des

textures granuleuses, cette esthétique « dégoûline » d'énergie, les taches et les détails griffonnés créent une sensation de mouvement presque incontrôlé.

Le designer [AdriánKG](#), diplômé en design industriel, est passionné par le logo et le design de marque. Il nous indique comment il a redessiné le logo de l'équipe française : « *Ce logo Alpine reflète les sensations du Grand Prix : l'énergie, la rapidité, l'intensité des émotions que la tendance grunge revival permet d'exprimer : les textures rugueuses du sol, la sensation de mouvement et les marques laissés au sol par les pneus des F1.* »

AlphaTauri



Lettrage étiré et continu par [vuveeh™](#)

[Le lettrage étiré et continu](#) est l'une des plus grandes tendances en conception de logo de cette année, magnifiquement capturée dans cette refonte AlphaTauri par [vuveeh™](#). Cette tendance visuelle tire parti de la typographie déformée pour créer un aspect et une sensation d'infini. Attirer l'œil du spectateur sur un endroit particulier du logo crée une diversité visuelle et permet aux créatifs de mettre l'accent sur des éléments de la marque en elle-même : par exemple, ici, le « P » et le « R » étirés se reflètent dans le mouvement vers l'avant et la vitesse implicite du taureau émergeant du « I » final dans Tauri.

Comme l'explique le designer [vuveeh™](#) : « *Quand je pense à la F1, la première chose qui me vient à l'esprit c'est la vitesse et le mouvement. J'ai pensé que la façon la plus intéressante de montrer la vitesse et le mouvement dans le logo AlphaTauri était d'utiliser le taureau emblématique et de le transformer à partir du « i » de Tauri. Cela a fonctionné à merveille ! Je savais que pour obtenir un tel effet tout en gardant un logo cohérent, je devais étirer la typographie pour l'adapter à cette nouvelle mise en page.* »

Aston Martin

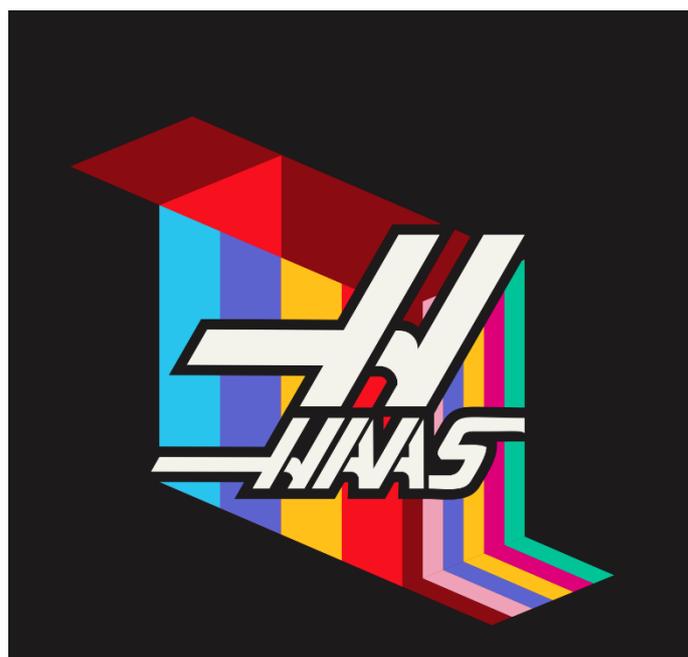


Design inspiré de y2K par [danoveight](#)

Cette année, les créatifs ont relancé la [tendance de design Y2K](#), en puisant dans des styles et des textures nostalgiques qui reflètent l'optimisme technologique renouvelé qui caractérisait le début des années 2000. Les roses, les bleus et la palette de couleurs irisées de cette refonte d'Aston Martin rappellent le dos des CD, créant un sentiment de nostalgie innocente un peu kitsch, à la fois jeune et attachante.

Le designer [danoveight](#) indique : « Cette refonte du logo de l'Aston Martin Formula One Team s'inspire du futurisme rétro, du style de design Y2K, caractérisé par les dégradés représentant un look futuriste combiné à la couleur verte héritée d'Aston Martin. »

Haas



Nostalgie des années 90 infusée dans le design d' [arfi](#) ▼

Cette refonte du logo de [l'écurie Haas par arfi ▼](#) est remplie d'éléments issus de la tendance [nostalgique des années 90](#) qui s'est avérée extrêmement populaire en 2022. En son cœur, cette tendance est axée sur le confort et le plaisir, avec des références esthétiques aux souvenirs d'enfance à travers des blocs de couleurs vives et des motifs de design Memphis.

Les couleurs vives et les lignes simples et épurées de ce logo créent un sentiment de familiarité et de plaisir, comme un pied de nez aux deux dernières années difficiles que nous avons vécu avec la crise Covid. Comme le commente le designer, « *C'est un logo qui rappelle des références esthétiques du plaisir des années 1990 à travers les motifs de design memphis, les couleurs vives, la géométrie abstraite et les combinaisons audacieuses, enracinées dans la géométrie de motif tridimensionnel.* »

Williams



Logo flou par [Milos Jevtovic](#)

L'une des tendances de conception les plus expérimentales de l'année est le [logo flou](#), pour mettre l'accent sur la fluidité et le mouvement. Comme le décrit le designer [Milos Jevtovic](#), c'est sans doute la tendance parfaite pour une équipe de F1 : « *J'ai été inspiré par cette tendance car, avec cet effet, j'ai pu mettre l'accent sur le mouvement et la fluidité du logo, capturant cette idée de vitesse dans un look dynamique. Je souhaitais que le logo ait l'air rapide et en quelque sorte « jamais reposé ». Le W fort et symétrique au milieu, et la marque en lettres claires et modernes en dessous, ont poussé l'illusion du mouvement encore plus loin.* »

Williams étant la seule des équipes du « Big Four » à rester indépendante, il n'y a pas de marque plus apte à prendre un tel risque créatif : ce logo flou pourrait être poussé encore plus loin grâce à l'animation, soit sur le bord de la piste lorsque la voiture le frôle, soit en passant sur les bandes rugueuses.

Alfa Romeo



: Conception du logo avec des éléments superposés par [oky wawi](#)

Nous terminons avec deux designs pour Alfa Romeo, chacun représentant des tendances de design très différentes de 2022. Le premier créé par [oky wawi](#) est un excellent exemple de l'utilisation par les designers des [éléments en couches](#) pour créer des logos classiques avec une touche de modernité. Dans ces logos superposés, la couleur, le motif et le texte s'interrompent. Par exemple ici l'impression transparente du style plus vintage de la typographie rouge sur le mot « Alfa » crée une séparation visuelle frappante et intéressante des éléments dans le design.



Design inspiré d'Ukiyo-e par [Glerm Rubini](#)

La deuxième version du logo de l'écurie Alfa Romeo s'inspire de la tendance du [Ukiyo-e](#) qui s'est avérée populaire auprès des créatifs du monde entier. Les designers de 2022 se sont inspirés des pionniers du flat design et des artistes Ukiyo-e de la période Edo au Japon.

Ce design vaste et détaillé rappelle l'art utilisant des blocs de bois sculptés à la main, où les poses étaient souvent exagérées avec une touche de fluidité et de mouvement (ici le mouvement du serpent).

[Glerm Rubini](#) explique son idée de réinterprétation et comment l'influence du style Ukiyo-e a été utilisée pour ce design : « Le logo Alfa Romeo met en valeur, de manière très minimaliste, plusieurs icônes de la région de Milan et l'idée ici était de les illustrer de manière extrêmement exagérée et fluide, en travaillant avec des couleurs et des textures comme dans les anciens imprimés japonais et en ajoutant des éléments de course. En guise de touche finale, au bas du logo, il y a aussi un hommage au tableau « La Grande Vague au large » de Kanagawa, l'œuvre la plus célèbre qui représente bien ce style. »

VISTA, VISTAPRINT, 99designs et VISTACREATE sont des marques ou des marques déposées du groupe Cimpres. Toutes les autres marques, y compris celles de l'organisation F1 et des équipes et sponsors F1 respectifs sont les marques déposées de leurs propriétaires respectifs. Cet article est présenté comme une étude sur les tendances de conception actuelles telles que reflétées par les logos hypothétiques des équipes de F1 et Cimpres n'a aucune affiliation, parrainage ou autre relation avec l'organisation F1 ou les équipes et sponsors F1 respectifs.

À propos de Vista

Vista est le partenaire design et marketing de millions d'entreprises en France et dans le monde. Vista est une société internationale, ayant mis en place le « remote-first » (télétravail d'abord), qui continue de se développer avec des équipes présentes dans plus de 25 pays.

Depuis plus de 20 ans, les entreprises nous inspirent et nous travaillons sans relâche pour apporter des solutions à leurs besoins en constante évolution. VistaCreate, 99designs par Vista, VistaxWixet VistaPrint constituent à elles quatre une solution complète, répondant à tous les besoins en design, en digital et en impression pour permettre aux entreprises de renforcer leur présence en ligne et hors ligne et leur donner toutes les clés du succès.

Vista est une entreprise Cimpres (Nasdaq : CMPR). Pour en savoir plus, rendez-vous sur vista.com/fr.

À propos de 99designs par Vista

99designs by Vista est une plateforme créative mondiale qui facilite la collaboration en ligne avec des designers professionnels indépendants. À ce jour, 99designs a versé plus de 400 millions de dollars américains à sa communauté de créateurs, qui travaillent dans les domaines de la conception de marques et de logos, de l'emballage, de la conception de sites web, etc. Pour plus d'informations, visitez www.99designs.com