

Communiqué de presse – A3 EPFL Alumni –
Lausanne, le 10 mai 2012



EPFL
ALUMNI

La première identité générative de Suisse dédiée aux diplômés de l'EPFL

**Dévoilés ce soir à 18h00 au Rolex Learning Center,
ces énigmatiques entrelacs qui désignent désormais chaque membre de
l'EPFL alumni constituent une innovation capitale en termes de « branding ».
Explications sur ce véritable événement technologique.**

Une marque, c'est avant tout des individus: tous différents, et tous uniques. C'est dans le respect de cette diversité qu'a été créé le nouveau logo des diplômés de l'EPFL : aucune image figée, mais une série de règles mathématiques qui définissent une esthétique distincte à chaque fois. En clair, le 'logiciel de génération' applique ces règles, et génère ainsi des millions de logos différents. Côté design, cela représente des courbes de couleurs qui s'entrecroisent, et qui sont créées automatiquement de manière quasi aléatoire. Résultat : chaque membre possède sa propre variation ! Dès ce soir, les 26'000 diplômés de l'EPFL pourront enfin découvrir leur logo personnel. «L'identité, ce n'est pas seulement se réunir derrière une seule bannière, mais c'est rester unique au sein de son groupe», explique Olivier Perez Kennedy, directeur d'Enigma, l'agence de communication genevoise qui a réalisé cette nouvelle identité visuelle.

Outre le côté unique, l'identité générative a un autre avantage: «Ce processus, en chevauchant création et production, augmente fortement le sentiment d'appartenance», précise Pascal Wicht, directeur artistique en charge du projet chez Enigma.

La première identité générative en Suisse

C'est lorsque le Media Lab du prestigieux Massachusetts Institute of Technology (MIT) a diffusé la sienne à l'occasion de ses 25 ans l'an passé que les identités génératives ont commencé à faire le tour du monde. Pour l'Europe, l'Association des alumni de l'EPFL est l'une des premières organisations à avoir adopté ce type de création pour ses membres. «Et à notre connaissance, nous sommes la première organisation permanente de Suisse à se doter d'une telle identité», renchérit avec fierté Annelies Garcia, la directrice, qui annonce en parallèle la refonte complète du site web de l'association.

«Le concept va plaire aux ingénieurs: un logo algorithmique qui génère une image sui generis pour le cerveau sui generis de chaque diplômé !» se réjouit Odile Saavedra Batty, présidente de l'association.

Une autonomie communautaire

Bien que tous différents, ces logos – que chacun peut faire imprimer sur une carte de visite – présentent un air de famille suffisamment marqué pour que l'organisation soit identifiée dès le premier coup d'œil. Autre allusion: comme on peut le découvrir dans [ce film de présentation](#), les nouveaux logos des alumni EPFL sont calqués sur le plan de base du campus.

Pour en savoir plus:

Odile Saavedra Batty, présidente EPFL Alumni : odile.saavedrabatty@a3.epfl.ch
+41 79 200 87 20

epflalumni.ch (nouveau site dès le 11 mai)

Case study de la nouvelle identité de l'EPFL alumni: [case study](#)

Un article sur l'identité générative: [article](#)