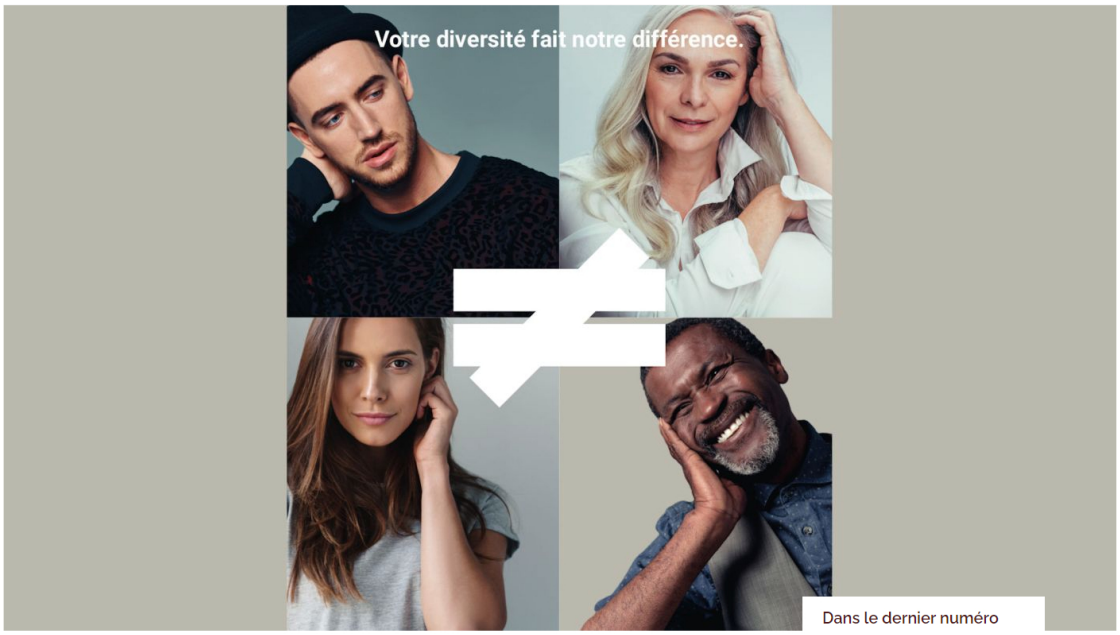
22 Septembre 2022

La CDA renouvelle son identité visuelle

Nouveau look pour la CDA. Cette dernière affiche sa nouvelle identité visuelle, plus moderne et alignée sur celle de la Centrale des opticiens.



(c) CDA

Dans un communiqué de presse paru le 21 septembre, la Centrale des audioprothésistes modernise son image et présente sa nouvelle identité visuelle, centrée sur la diversité. Le logo s'affiche en violet, une couleur « plus tendance » selon la centrale.

La CDA change son univers graphique pour des choix plus modernes et épurés, avec des « des visuels forts centrés sur la diversité des profils (qui s'accorde avec la signature « *Votre diversité fait notre différence* ») et une gestuelle élégante pour souligner l'audition ». La CDA veut transmettre une image d'innovation et de dynamisme avec cinq nouveaux visuels valorisant les différents services proposés par la centrale : « *Je booste mon activité. Je maîtrise ma trésorerie. Je m'informe et me forme. Joptimise mes achats. Je développe mon activité* ». Elle inscrit sa nouvelle identité visuelle dans la même lignée que celle de la Centrale des Opticiens, afin de créer « une unité en termes d'image entre les différentes entités du groupement. »

« *Cette nouvelle identité s'intègre dans la stratégie globale de la Centrale*, souligne Mark Klein, directeur de la CDO/CDA. *La diversité de nos adhérents est le moteur de nos actions, la proximité humaine et l'indépendance sont au cœur de notre ADN* ».

Réagissez

Dans le dernier numéro

Réagissez

Newsletter

La newsletter Audiologie Demain, le plus sûr moyen de ne jamais rater les infos essentielles de votre secteur...

JE M'INSCRIS