



Communiqué de presse

Canson® Infinity dévoile son nouveau logo, tourné vers l'avenir tout en honorant la riche histoire de la marque

Annonay, France – le 18 janvier 2021 - Canson® Infinity, le leader du papier d'art numérique, riche d'une histoire d'excellence, d'innovation et d'accessibilité, fait évoluer son identité visuelle avec un regard tourné vers l'avenir tout en honorant son histoire. Le nouveau logo reflète la tradition et l'engagement de la marque en matière de qualité, ainsi que sa stratégie de croissance. Il est inspirant, inclusif et facilement reconnaissable.

L'identité de marque de Canson® : l'histoire d'un symbole

En 1557, dans un petit village du sud de la France, Canson® fut fondée par les frères Michel et Raymond Montgolfier. La marque s'est développée au rythme de l'histoire de France. Elle fut d'abord élevée au rang de manufacture royale en 1784, alors que Napoléon Bonaparte achevait sa conquête de l'Europe, et l'usine a continué à évoluer tout au long de la Révolution industrielle française.

Le nom Canson® apparaît pour la première fois en 1801, lorsque Barthélemy Barou de la Lombardière de Canson® hérite du groupe de Jacques-Etienne de Montgolfier, décédé en 1799. La famille Canson, dont le nom et le papier de qualité est aujourd'hui mondialement connu, va poursuivre l'innovation inspirée par les Montgolfier avec sans cesse de nouvelles inventions autour de la papeterie, comme le papier calque et le papier coloré en 1809. Canson® fut l'un des acteurs importants du papier photo dans les années pionnières 1850-1880, lorsqu'elle obtient un brevet pour le papier photo en 1885. La marque s'internationalise au début du XXème siècle, implantant une filiale à New York.

Canson® est aujourd'hui présent dans plus de 30 pays et reste un acteur majeur dans le domaine du papier d'art numérique. L'impressionnante gamme de papiers Canson® Infinity évoque l'excellence et l'inspiration des photographes et artistes du monde entier.



L'histoire d'un symbole

Le 14 décembre 1782, un étrange sac de papier se gonfle au-dessus d'un feu dans le jardin des frères Montgolfier. Il se redresse et s'envole dans le ciel. Il traverse la rivière et atterrit doucement sur une colline. Joseph et Etienne Montgolfier ont transformé le rêve d'Icare en réalité : un jour, l'homme volera comme un oiseau.

De cet événement épique, la montgolfière est née ! L'inspiration tirée du sac en papier soufflé sur un feu est devenue un symbole d'innovation, d'espoir et de possibilité.

L'évolution de l'identité de la marque Canson®

Canson® Infinity franchit un nouveau palier de croissance, d'innovation et d'identité avec un nouveau logo fort et reconnaissable, composé de lettres majuscules faciles à lire. Clair et moderne, le logo inclut le symbole de la montgolfière qui remplace la lettre O dans Canson®, apportant une touche classique et historique à l'aspect rafraîchissant.

Le maintien de la montgolfière comme symbole principal dans le logo Canson® est un engagement clair et conscient envers l'histoire et les valeurs profondes pour lesquelles Canson® Infinity est connu aujourd'hui. La qualité, l'excellence et l'innovation restent l'ADN de la marque. Le symbole de la montgolfière fait partie du logo depuis toujours, et était auparavant positionné entre les lettres N et S.

Le nouveau logo comprend également le slogan "MANUFACTURE DEPUIS 1557", soulignant à la fois l'origine française et l'année de création de la marque.

Mara Gavazzi, directrice artistique du groupe FILA, explique les raisons de cette nouvelle identité : « *Notre vision de la marque était d'inspirer la créativité, la culture et la passion. Il était essentiel que la nouvelle identité reflète les valeurs fondamentales de la marque. **L'excellence** est indissociable de l'entreprise et avec plus de 450 ans d'expérience, Canson® possède un savoir-faire et des connaissances uniques en matière de fabrication de papiers de qualité, utilisant les meilleurs ingrédients. Notre objectif est de proposer aux artistes des papiers de classe supérieure* ». Elle poursuit : « *La deuxième valeur fondamentale est la **fabrication**, car nous sommes avant tout un fabricant de papier, et cela est au cœur de notre activité depuis 1557. L'entreprise est ancrée dans la **tradition** et notre histoire est liée à l'histoire de la France ainsi qu'à l'histoire de l'art. La valeur finale est **l'innovation**, qui est inscrite dans les gènes de l'entreprise depuis le jour où la famille Montgolfier a inventé la première montgolfière et jusqu'à l'introduction des papiers d'arts innovants Canson® Infinity sur le marché de l'art numérique* ». Mara Gavazzi conclut : « *Nous pensons que les nouveaux logos Canson® et Canson® Infinity reflètent non*

seulement les valeurs fondamentales de la marque, mais sont aussi visuellement très forts et reconnaissables. Ils ont un design moderne qui respecte l'origine historique de Canson®. »

Avec 450 ans d'expérience, les produits Canson® ont une vraie crédibilité et fiabilité historique. Et grâce à cette histoire, Canson® continue d'évoluer et de répondre aux besoins modernes de l'industrie du papier d'art et de la photo.



Ce nouveau logo se retrouvera sur toutes les déclinaisons de boîtes de papiers Canson® Infinity mais également sur les étiquettes collées sur les boîtes.



Pour plus d'informations, veuillez contacter l'agence de presse Open2Europe :

Anais Loyzance
+33 (0)1 55 02 14 76

a.loyzance@open2europe.com

A propos de Canson® Infinity

La photographie, toute une histoire qui fait aujourd'hui de Canson® le dernier pionnier des fabricants de papiers photographiques toujours en activité.

En 1865, Canson® dépose et obtient un brevet international pour l'amélioration du papier albuminé, l'un des tous premiers procédés photographiques papier de l'époque. Ce brevet consistait en l'amélioration du rendu final tout en évitant le coûteux virage à l'or généralement pratiqué sur le procédé d'origine.

Aujourd'hui, Canson® conserve son esprit d'innovation et conjugue des siècles d'expérience dans la fabrication du papier avec des technologies de pointe. Canson® privilégie l'utilisation de minéraux naturels et de matériaux les plus purs, sans azurants optiques, pour vous proposer des supports d'impression résistants au vieillissement.

Les papiers et toiles de la gamme Canson® Infinity pour la photographie et l'édition d'art numérique présentent des résultats d'impression hors pair et durables tels qu'un rendu chromatique optimal avec un large Gamut couleur, une forte DMax et une netteté des images excellente.

Pour en savoir plus : <http://www.Canson®-infinity.com/fr>