

Paris 8  
Département Hypermédia  
Master Création & Edition Numériques (CEN)  
Cours 2 « Design & Hypermédia »



Logotype

Claude Yacoub

Architecte

Paris 8 17/10/08

LOGOTYPE

LOGOS + TUPOS

# Logos

## Etymologie

Terme grec signifiant raison, verbe, et dérivé du verbe grec qui se définit par mettre, dire, compter.

Terme de la philosophie platonicienne. Dieu considéré comme la raison et le verbe du monde, comme contenant en soi les idées éternelles, les archétypes des choses.

Suivant Platon Dieu avait l'idée du monde avant de le former, c'était son logos ; donc le monde était la production du logos.

# Tupos

Le mot type vient du grec tupos : empreinte, modèle,

signifie un modèle abstrait réunissant les traits essentiels de tous les êtres ou objets de même nature, l'ensemble des traits caractéristiques d'un groupe ou d'une famille de choses ;

dans le langage courant, il peut être synonyme de genre,  
exemple : *un type de porte particulier* ;

dans le langage familier, un individu quelconque (homme, le plus souvent masculin, le féminin “ tyyesse ” ayant rarement usité) ;

en Histoire et théorie des arts, Il s'applique aux différents arts de l'espace comme la sculpture, l'architecture, les arts décoratifs, le Théâtre;

etc.

# Logotype

Un **logotype**, plus couramment appelé **logo**, est un dessin qui sert à identifier de manière unique les entreprises, produits, services, institutions, agences, associations, éléments, ou toute autre sorte d'organisations dans le but de différencier le propriétaire du logotype des autres entités.

Un logotype est en général une marque écrite à l'aide d'une fonte de caractères spéciale, et disposé d'une manière particulière, mais lisible.

Ces dernières années, le terme de logotype est de plus en plus souvent utilisé pour décrire les sigles, emblèmes, marques déposées, armoiries, symboles ou encore drapeau.

## Historique

L'origine des logos remonte au XIXe siècle, quand les manufactures industrielles devinrent importantes. Les nouvelles méthodes de production industrielles autorisèrent une finition beaucoup plus homogène que les anciens produits réalisés à la main. Ces nouveaux produits étaient alors distribués dans des zones géographiques plus vastes.

De nouveaux concurrents apparaissaient régulièrement, et l'offre pour des produits de même sorte augmenta considérablement. Or une partie importante de la population était alors illettrée. Les industriels constatèrent que le public ne pouvait pas différencier aisément leur produit des produits concurrents. De plus en plus de fabricants commencèrent donc à inclure un symbole, signe ou emblème sur leurs produits et emballages, pour que tous les acheteurs puissent aisément reconnaître le produit qu'ils voulaient.

Les fabricants ajoutèrent ensuite le nom de la compagnie ou du produit sur leur signe. Le nom prit une forme spécifique chez chaque manufacturier. Ces logotypes combinés, qui pour la première fois incluaient signe et nom devinrent très populaires. Depuis de nombreuses années, quand un nouveau logo est dessiné, les propriétaires font appel à des publicitaires et des designers graphiques pour créer un signe ou un emblème qui apparaîtra comme un logotype, accompagné du nom de la compagnie, du produit ou du service.

## Création d'un logotype

La création d'un logotype peut être considérée comme une création de design. De nombreux éléments sont à prendre en compte afin de transmettre le message souhaité, tant au niveau des formes que des couleurs.

Ainsi, un logotype structuré sur une forme ronde, par sa référence à la Terre, à la nature en général (voire la position fœtale) véhicule une image de sécurité, de bien-être et d'apaisement. A l'inverse, le choix de formes triangulaires assure l'idée d'innovation, de progression et de techniques de pointes. Les formes carrées quant à elles font référence à la stabilité et la robustesse. Ces quelques formes de base se retrouvent dans de nombreux logos, et véhiculent ainsi des notions qu'un simple nom ne pourrait parfois suffire à transmettre.

Quelques éléments qui peuvent faire un bon logo.

### Un logo efficace :

doit être unique, et non sujet à confusion avec d'autres logos ;

est fonctionnel et peut être utilisé dans différents contextes

doit rester efficace reproduit en grand ou en petit ;

doit fonctionner en couleurs, mais aussi en bichromie (noir et blanc)

doit être capable de maintenir son intégrité quand il est imprimé sur divers matériaux et objets et à différentes échelles.

utiliser les principes de base du design (espace, couleur, forme, consistance, et clarté) ;

représenter la marque ou l'entreprise de manière appropriée.

Etc.

Des logos...



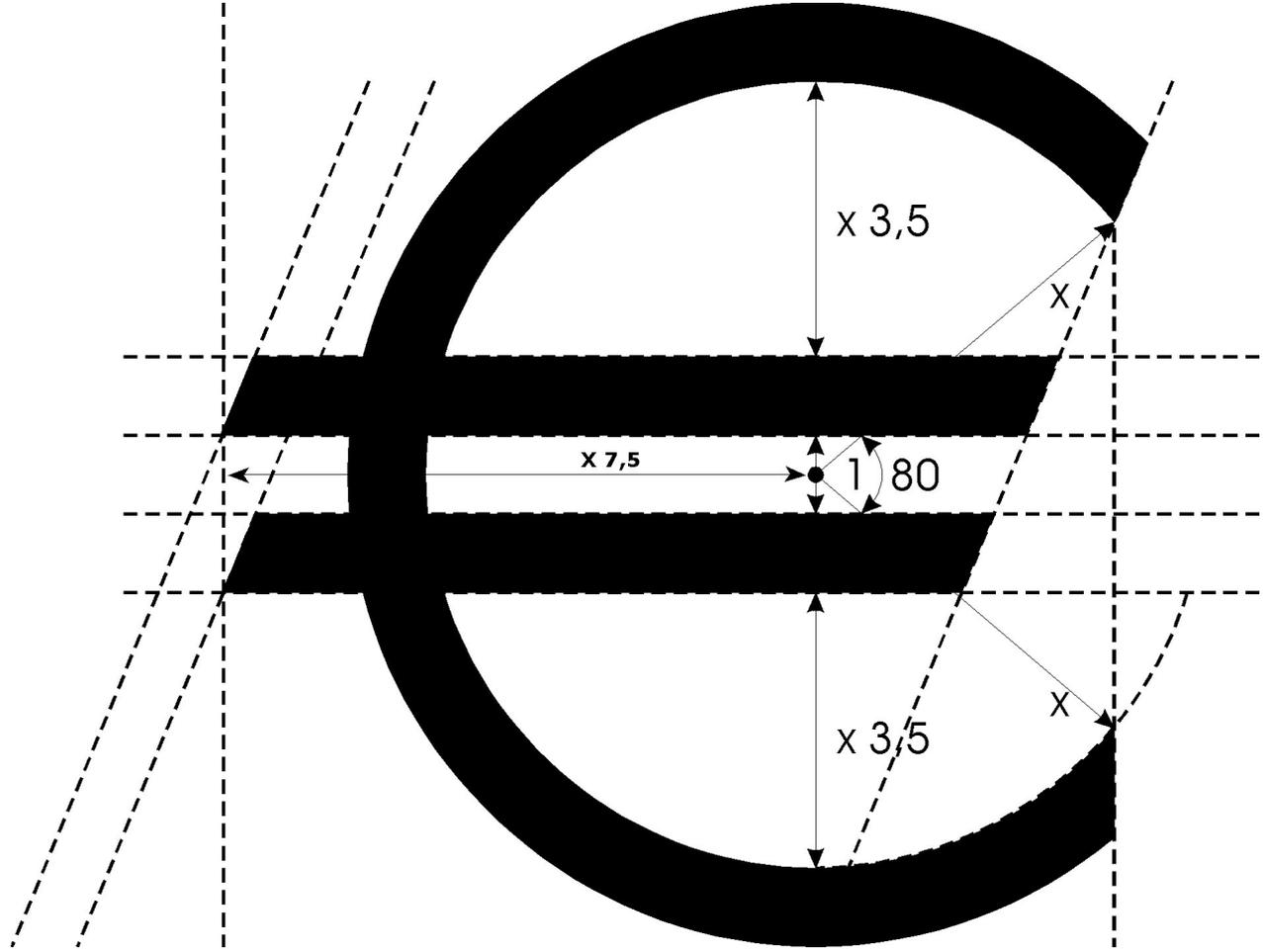








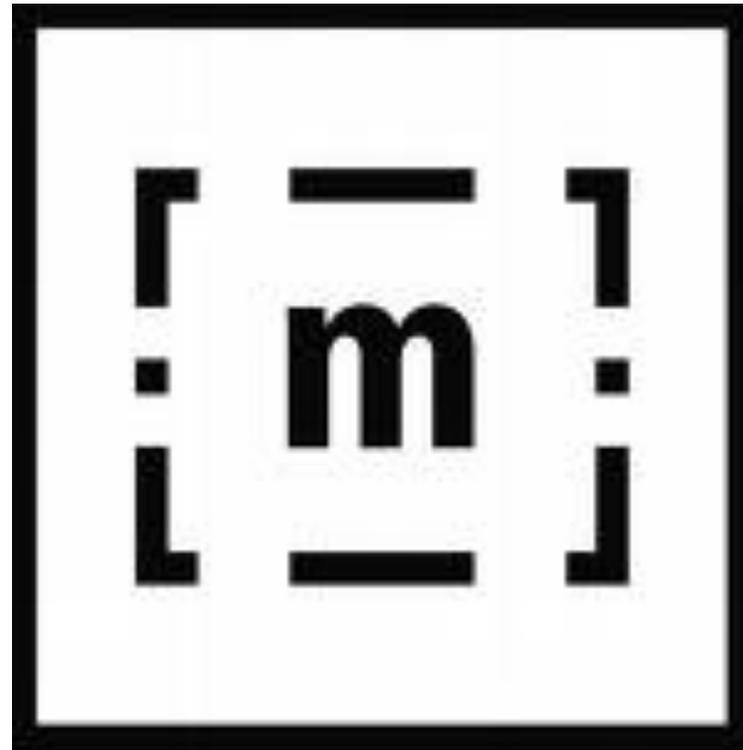








CONGO  
WALLONIE - BRUXELLES  
2007







*Liberté • Égalité • Fraternité*

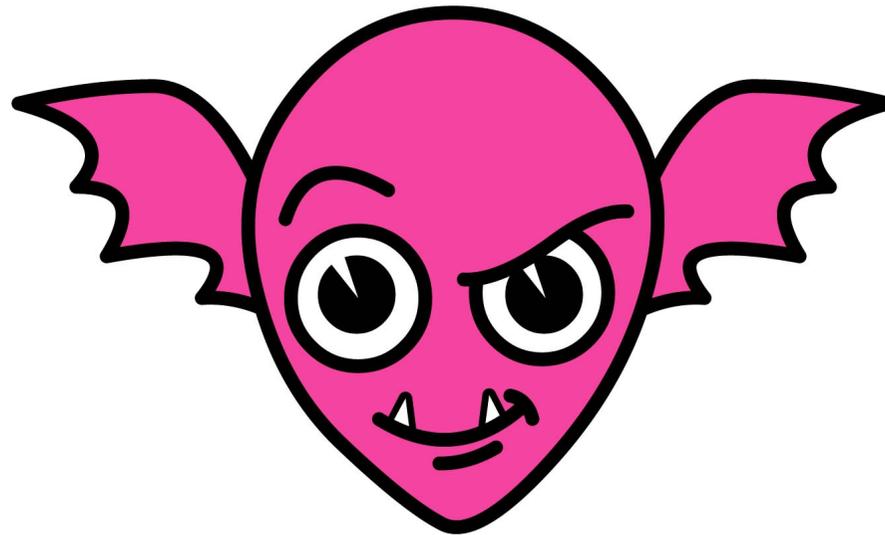
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

**Consulat général  
de France à Québec**

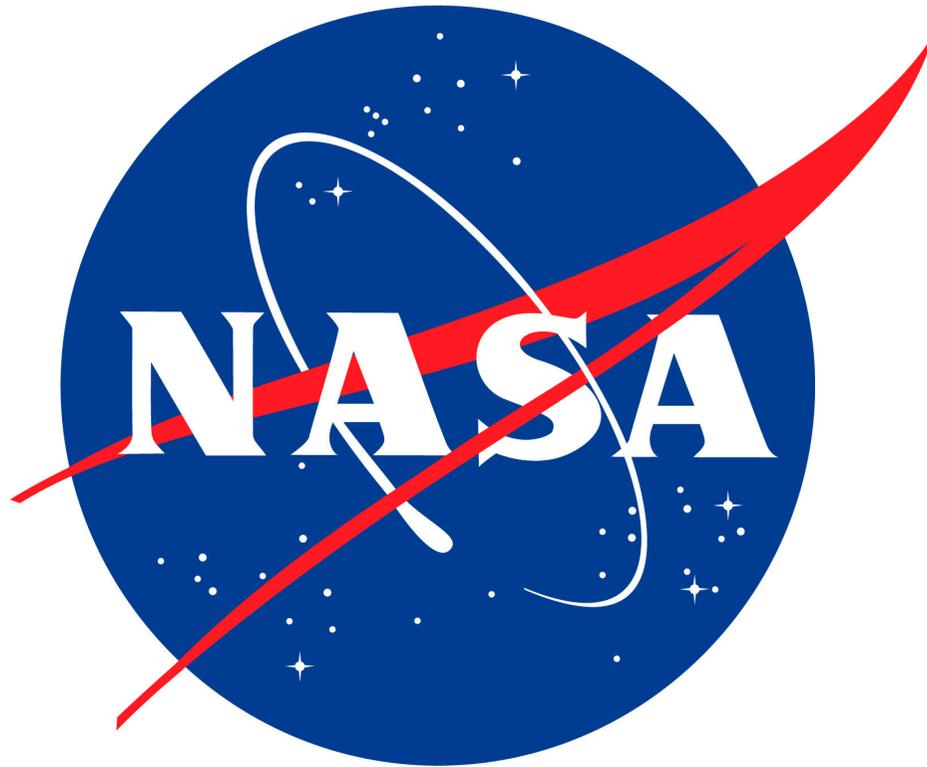








Little Monster  
records





**at&t**



Logotype !

17/10/208

Cy