

Le logo.

Le graphisme de marque, couramment désigné sous le nom de *logo* permet d'identifier une firme ou un produit. Pour cela, il doit répondre à des critères précis :

- **simplicité** (reconnaissance immédiate),
- **originalité** (ne pas le confondre avec d'autres),
- **représentativité** (il doit symboliser la personnalité de la marque).

Les composants

Le graphisme de marque résulte de l'organisation d'un ou de plusieurs des éléments suivants :

Le logotype : choix de caractères d'imprimerie ou dessin particulier de lettres constituant un ensemble typographique personnalisé.

L'emblème : moyen de reconnaissance rapide et distinctif. Il comprend un ou plusieurs des éléments suivants :

- **sigle** : lettre initiale ou groupe de lettres initiales constituant une abréviation. Souvent le sigle devient la marque (ex : SNCF, RATP, etc.).
- **symbole** : figuratif ou non.
- **cartouche** : il s'agit d'une forme permettant d'enfermer certains éléments visuels afin de mieux les organiser ou d'en faciliter la lecture.

La couleur : moyen d'identification rapide pour une firme ou une marque, elle fonctionne différemment pour un produit où elle induit un sens plus symbolique et répond à des codes précis.

1971



1975



1980



Aujourd'hui



1990



2001



A vous de jouer...

Créez un monogramme avec vos initiales.
Réalisez-le une fois en noir et blanc, une fois en couleurs.

Un monogramme
est une
combinaison
d'initiales,
ici le monogramme
acomagné du
logotype.



YVES SAINT LAURENT

