

Le LOGO

* *Le logo est l'abréviation du mot logotype ; « l'empreinte de la parole »*

Chaque jour notre regard croise plus de 1200 signes. Panneaux, enseignes, affiches...et logos en tout genre.

Nous avons tous besoin de **reconnaître** l'enseigne de sa banque. Dans un magasin, nous avons besoin d'**identifier** rapidement le produit recherché.

Le logo est un signe graphique qui véhicule une **image de marque** ; il est devenu lui-même un outil de management.

Le marché du logo est arrivé dans les années 60 avec l'implantation des nouvelles formes de magasins en libre service. Ils ont fourni des occasions pour repenser la présentation des produits et des marques. Petit à petit les produits ont acquis une personnalité. Maintenant, les entreprises les villes, les régions, les associations, les établissements scolaires ont besoin de **véhiculer leur image** par un **signe**. C'est comme la signature.

Un bon logo, pour être mémorisé, doit être **simple** dans sa forme ses couleurs

Visible dans ses contrastes

Lisible dans ses écritures

Expressif spécifique et évocateur en fonction du produit

Adaptable utilisable sur différents supports

esthétique, moderne, permanent

dans la continuité historique.

