



Logo Motorola :

Aspect général rond pour donner une sensation de souplesse.

A l'intérieur, le « M » de Motorola qui fait inévitablement penser à des ailes d'oiseaux, ce qui revendique le côté communication de la marque avec la téléphonie.



Logo EDF :

EDF est écrit très sobrement en bleu en bas du logo pour rappeler leur ancien logo, pour ne pas totalement rompre avec leur ancien logo.

Les 5 parties oranges rappellent la France par leur ensemble octogonal, et forment en même temps un bonhomme à l'allure sympathique ce qui donne par la même occasion un aspect sympathique à la société.

Les formes irrégulières des forment donnent une sensation de dynamisme, de mouvement perpétuel de la société et ainsi de perpétuelle évolution de cette dernière.



Logo LG :

Composé de 2 parties : - Un rond et les 2 lettres LG.

Le logo est très sobre et est formé de 2 lettres qui forment un visage d'une personne qui fait un clin d'œil, ce qui donne un côté sympathique à la marque. Les traits sont réguliers et sans aucune fantaisie.

Les 2 lettres LG sont écrites tout aussi sobrement à côté du rond.

Ce logo donne une impression de simplicité (aspect sympathique du clin d'œil et sobriété générale).



Logo Laposte :

Grâce à ses couleurs vives contrastées le logo de Laposte se voit immédiatement, la marque est ainsi plus présente dans la rue étant donné qu'on la voit immédiatement.

La forme de la partie bleue rappelle celle d'un oiseau ou d'un avion, et procure ainsi une sensation de rapidité et de dynamisme.



Logo UPS :

Le logo d'UPS est en forme de bouclier, ce qui donne une impression de sécurité, donc un service sûr ; de plus il brille, ce qui est esthétiquement plus beau et qui renforce l'aspect résistant du bouclier qui est supposé être en métal.

UPS est écrit sobrement à l'intérieur du bouclier pour montrer que la fantaisie ne fait pas partie de la société.

Une forme marron est également en fond du bouclier, il est arrondi d'un côté ce qui donne un aspect plus dynamique à l'ensemble sans altérer le côté sobre et sécuritaire.



Logo Firefox :

L'on voit un renard au pelage de feu enroulé autour de la Terre.

En associant un renard à sa marque, Firefox donne un côté intelligent à sa marque étant donné que le renard est généralement associé à la ruse.

Le fait d'être en feu donne l'impression qu'il est en perpétuel mouvement, donc perpétuelle évolution.

La Terre donne l'impression que la marque est mondiale donc apporte une immédiate notoriété et un côté ambitieux que l'on ne peut qu'admirer à la marque.

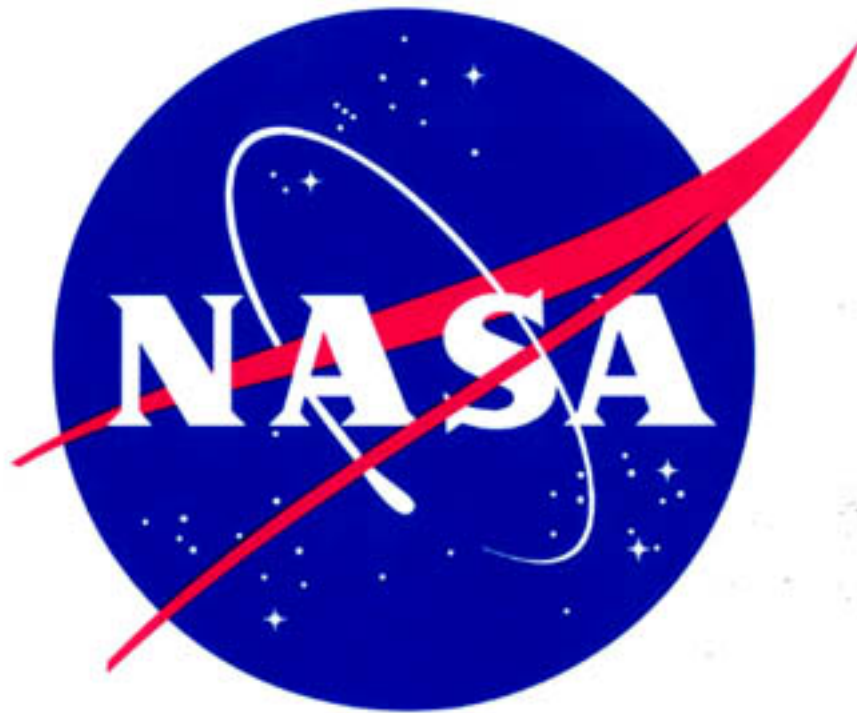


Logo Star Academy :

L'on voit une silhouette d'homme tenant au bout d'un bras une étoile ou la touchant.

Il est dans une position victorieuse, se tenant debout dans une position fière et levant un bras victorieux, avec une étoile au bout, comme s'il avait atteint les sommets.

Le tout est vu d'une vue en contre-plongée ce qui donne une allure dominatrice à la silhouette !



Logo NASA :

La forme générale est ronde, avec un fond bleu avec des étoiles, ce qui donne l'impression de voir un ciel étoilé à travers la lunette d'un télescope.

Le mot NASA est centré dans le rond, il est très sobre pour donner un côté sérieux à la NASA.

Une forme rouge effilée pointue traverse le mot NASA, rappelant la forme d'une navette spatiale, et donnant une image dynamique à la NASA.

Autour du mot NASA quelque chose gravite en orbite du mot pour rappeler que dans l'espace il y a du mouvement, donc un but, une utilité à la NASA.



Logo Kronenbourg :

Le mot Kronenbourg est écrit en lettres médiévales dorées dans une ellipse. Dans cette ellipse des parties sont en rouge et d'autres en blanc, ce qui rappelle un blason, donc une identité classe à la marque.

En dessous de Kronenbourg est écrit « Trois Siècles d'Amour de la Bière » ce qui donne un aspect sympathique, sérieux et personnel (à l'opposé de l'industrie, des machines) à la marque

En haut se trouve une nouvelle fois un blason rouge et blanc soutenu par 2 lions et sous une couronne ce qui renforce le côté royal de la marque, ce qui ferait penser que c'est un produit de luxe.



Logo ACDC :

Le groupe de Hard Rock AC'DC a utilisé une police gothique pour le nom du groupe pour revendiquer son appartenance à un certain milieu, les lettres sont pointues et agressives. Le mot est coupé par un éclair, ce qui renforce le côté jeune et « viril » du groupe.



Logo MTV :

Le « M » de MTV est très gras, ce qui lui donne un air sympathique, « TV » est écrit en biais avec une police irrégulière ce qui fait penser à quelque chose de jeune et dynamique. En dessous du logo est écrit « Music Television » pour garder son identité et que tout le monde sache bien ce qu'est MTV.



Logo Lustucru :

Le logo de Lustucru est composé de 2 éléments :

- un rectangle composé de carrés bleu clairs et bleu foncés
- Le mot Lustucru écrit sur une bannière qui enroule une partie du rectangle.

Le rectangle bleu fait irrémédiablement penser à une nappe d'un restaurant italien ou d'un tablier de cuisinier.

La bannière sur laquelle Lustucru est écrit est blanche et jaune, le jaune rappelle la couleur des pâtes tandis que le blanc contraste avec le rouge du mot Lustucru, ce qui fait ressortir le nom de la marque



Logo Behringer :

A l'intérieur d'un triangle jaune sont placés le nom de la marque en bas et une oreille hachurée en haut.

Le triangle jaune fait penser à un panneau de travaux, surtout avec l'oreille dedans qui renforce cette impression de signalétique à la manière d'un « port de casque obligatoire ».

Le nom de la marque est encadré en dessous l'oreille, il est écrit en lettres capitales avec les 3 lettres « ING » en gras.

Cette impression de panneau de travaux donne une solide image à la marque, et fait donc penser que le matériel Behringer est solide.

(NB : Behringer est une marque de matériel sonore)



Logo Jaguar :

Le logo de Jaguar est particulièrement distingué. Le logo est généralement argenté ou doré, le fond est variable.

Le mot « Jaguar » est écrit de façon très distingué. Au dessus du mot on voit un jaguar bondissant, un fauve en position d'attaque, ce qui donne à la marque un caractère très sportif et distingué, car le jaguar est un félin et les félins sont toujours connoté de façon distinguée.

Etude de l'évolution du logo de LU :

Logo de 1860 :



Le logo était très distingué à l'époque, les lettres étaient gravées ou en relief sur une plaque, avec le nom de la ville pour l'image de marque.

L'on peut voir un ange dans un ciel au crépuscule, l'ange cache le soleil ; tout ceci donne un effet très royaliste, comparables aux peintures sur les plafonds des châteaux.



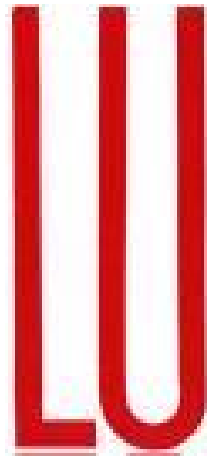
Ce logo est le modèle de 1897, difficilement lisible, il a l'intérêt d'être artistique mais d'une façon différente de l'ancien, beaucoup plus simple par certains côtés (moins d'éléments) et pourtant plus complexe (car moins lisible). Malgré tout ce logo est la première évolution du logo de LU depuis 37 ans.



Ce modèle date également de 1897, il est particulièrement compact et reprend divers éléments du logo de 1860 (l'ange devant la soleil), il reprend également le nom « Lefevre-Utile Biscuits » dans un cercle ; à l'intérieur du cercle se trouve le sigle « LU » qui fait référence au logo précédent de 1897. Le sigle « LU » se voit moins bien que la mention « Lefevre-Utile Biscuits » car il est moins contrasté. Le cercle se trouve dans un carré rappelant la forme des biscuits LU, avec les coins arrondis.



Le logo de 1900 se veut très simple, l'image de « LU » n'est plus associée maintenant qu'à ce sigle sans aucune fioriture, les 2 lettres du sigle « LU » n'ont pas de fond particulier. En revanche la police est assez particulière, une police spécifique à la marque que l'on reconnaît de loin avec les bouts de chaque lettre qui sont coupés en 2 verticalement.



Le logo de 1953 est encore plus simple que celui de 1900, il a repris la couleur dominante des premiers logos qui étaient à dominante rouge. Le profil est plus allongé et affiné mais surtout plus simple et plus carré. La forme rectangulaire rappelle inévitablement la forme des gâteaux de la marque.



C'est le logo utilisé à partir de 1957. Il est toujours aussi simple mais se veut cette fois plus sympathique grâce à l'utilisation de lettres plus grasses. Les couleurs sont inversées : LU en blanc sur un fond rouge, le contraste est parfait et le logo a maintenant des limites bien définies en raison du cadre.



Bien que quasiment identique le logo de LU a eut une légère évolution en 1984. En effet maintenant 2 bandes dorées ont été placées sur la gauche et la droite du rectangle rouge, ce qui a pour effet renvoyé au client une image de qualité et de tradition.