
Culture COM : « CNRS ». La recherche française a adopté une nouvelle identité visuelle. Pour incarner une nouvelle unité. C'était sans compter avec les laboratoires d'optique ! Pourquoi ?

22-04-2014

avec

- « Pour incarner la nouvelle identité d'un CNRS modernisé, son logotype a été radicalement changé.

- Les lettres de son sigle, dorénavant en caractères minuscules dans une volonté de démythifier l'institut, de le rendre plus accessible, sont inscrites dans une forme arrondie et compacte qui exprime l'unité que conservera le nouveau CNRS.

- Pas tout à fait ronde, novatrice, la forme du logo figure le processus même de la recherche, toujours en devenir, et évoque la matière mise à la disposition de nos chercheurs par notre planète.

- Une matière malléable, prête à se livrer aux expertises de la recherche scientifique comme la motte de terre glaise dans les mains du sculpteur

- Cette forme, qui le distingue clairement, permet aussi une meilleure visibilité aux côtés d'autres logotypes dans les cas de partenariats, justement de plus en plus fréquents et témoins du dynamisme de l'organisme. »

- C'est ainsi que le CNRS présente en 2011 sa nouvelle identité visuelle.

- Mais au CNRS, il y a des scientifiques.

- Et parmi les scientifiques, des chercheurs chez qui les espaces d'usage sont une seconde nature.

- Comme les savants sont souvent facétieux, il n'aura pas fallu longtemps avant qu'ils ne retournent le logo et ne le regardent dans un miroir.

- Les lois de l'optique sont cruelles, mais au moins parlera-t-on du CNRS !

- Si vous ne voyez pas pourquoi, cliquez ici .