

Zeitschrift: Bulletin du ciment
Herausgeber: Service de Recherches et Conseils Techniques de l'Industrie Suisse du Ciment (TFB AG)
Band: 58-59 (1990-1991)
Heft: 15

Artikel: Logos en béton
Autor: Meyer, Bruno
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-146244>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

BULLETIN DU CIMENT

MARS 1991

59e ANNEE

NUMERO 15

Logos en béton

Logos entre architecture et design. Possibilités et exemples

Les logos réalisés en béton relèvent du design et de l'architecture. Ils ont pour caractéristique de ne pas être simplement collés ou peints sur une construction, mais d'y être intégrés. Leur conception doit déjà être au point au moment où l'on commence à construire, car le matériau utilisé ne permet pas de corrections ultérieures. Parmi les formes de réalisation de ces logos, on trouve celles mentionnées ci-après par exemple.

Elément de construction: le logo fait partie de la construction. Le supprimer exigerait de toucher à la structure de l'ouvrage et, au besoin, de la modifier (fig. 1).

Relief: le logo est réalisé en saillie ou en creux dans une surface (un mur par exemple). Mur et logo sont alors exécutés en même temps (2, 3).

Œuvre plastique: le logo est réalisé sous forme d'œuvre indépendante. Il peut ensuite être placé isolé ou être fixé contre un mur (fig. 4–6).

Marqueterie: le logo est fabriqué en plusieurs pièces que l'on incruste dans une surface, comme pour les meubles en bois. Cette méthode est particulièrement indiquée pour les places pavées (fig. 6, 7).

Le béton n'est à vrai dire pas caractéristique de ces différentes formes. Les logos peuvent aussi bien se composer d'autres matériaux, ainsi que même des entreprises mettant en œuvre le béton le



Fig. 1 Le logo n'est pas en béton. Mais on a stylisé un produit célèbre de la firme et on l'a utilisé comme élément de construction. Lego, Baar

démontrent. Les logos tout de même réalisés en béton témoignent d'un designer qui se sert de ce matériau avec créativité. Un designer qui met à profit les possibilités supplémentaires qu'offre le béton utilisé comme matériau de construction, qui sait veiller à ne pas rompre l'unité sans tomber dans la monotonie, attirer l'attention sans être tapageur, et faire preuve de fermeté sans passer pour une tête de mule. Ce dont il a toutefois besoin, c'est d'un profil au moins sommaire du maître de l'ouvrage.

Les logos symbolisent la présence, l'origine ou la propriété. Ils créent une identité et informent. On pouvait autrefois les concevoir isolément. Ils relevaient uniquement des arts graphiques et n'apparaissaient que dans les en-têtes de lettre ou sur les plaques indicatrices de raison sociale. Aujourd'hui, ils sont considérés comme partie intégrante de l'image de marque. Une image de marque qui, dans les grandes entreprises, fait l'objet d'une étude systématique. La délicate tâche de rendre perceptible ce qui est particulier à l'entreprise en se basant sur un profil général formulé verbalement incombe au designer. Il peut partir du caractère spécifique des moyens de production et des produits et en faire ensuite un support. Mais moins ces produits et moyens sont dotés de force d'expression, plus le logo devient important, car il doit alors être un symbole en lui-même.

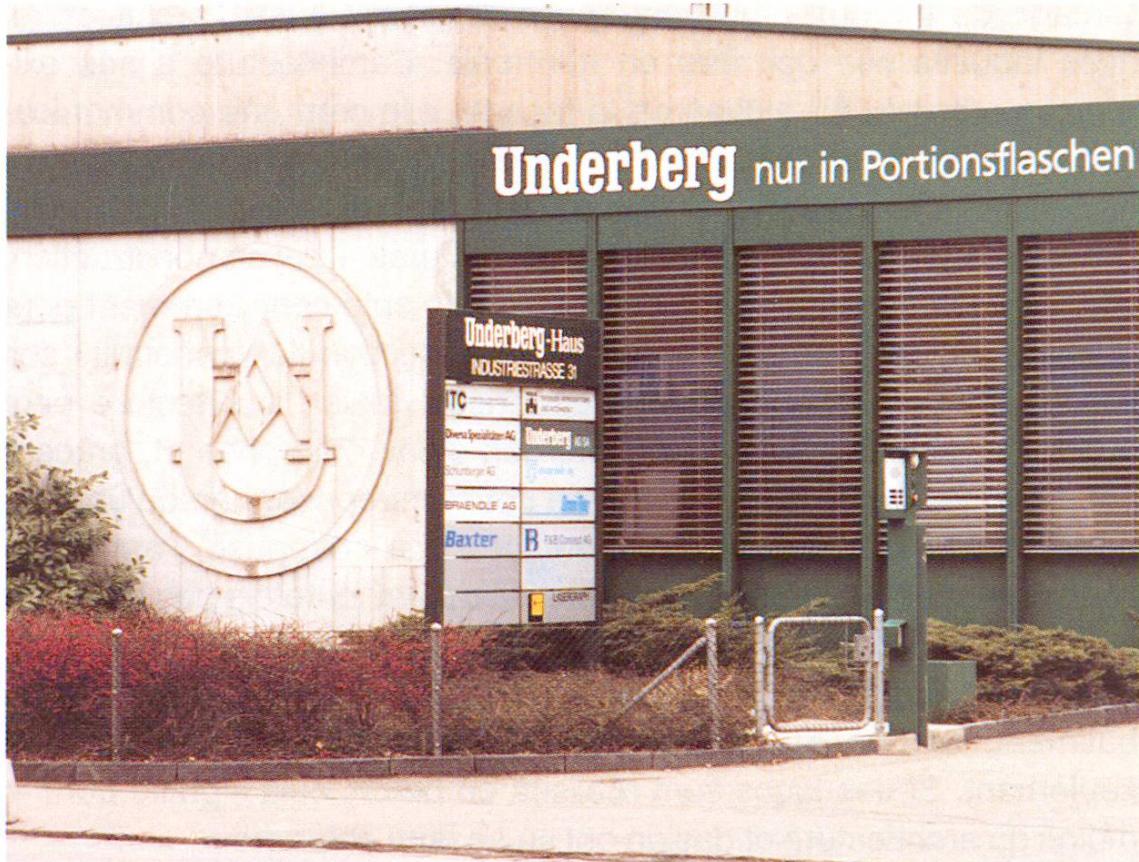


Fig. 2 Logo sous forme de relief mural. Underberg, Dietlikon

Fig. 3 Logo faisant référence au propriétaire, SIA Zurich





Fig. 4 Logo indépendant. MBT, Schlieren

Fig. 5 Sculpture avec un logo pour sujet. Migros, Granges





Fig. 6 Marque maison du premier propriétaire, fixée dans le mur. On retrouve la roue de moulin sur le sol de l'entrée, exécutée en marqueterie. Actuellement: Feldschlösschen, Granges

Fig. 7 La marqueterie est encore peu utilisée. Cette possibilité s'applique particulièrement aux grandes surfaces pavées. Médaillasson dans un complexe scolaire, portant la maxime: «Denke an deine Zukunft, denn du wirst darin leben.» BBZ, Granges



6 L'image de marque d'une entreprise concerne aussi l'architecture, avec laquelle elle doit être en harmonie. L'architecture a ses exigences propres. Au moyen de la façade, elle crée une communication avec le lieu et avec le public, et elle se sent obligée envers cet espace extérieur au même titre qu'envers l'intérieur des bâtiments. Dans le cadre des lois de la physique des matériaux de construction, elle vise à la sécurité et à la durabilité. Elle opte consciemment pour que ces œuvres demeurent, et qu'une correction du «construit» soit liée à de relativement grandes dépenses. Mais l'architecture peut aussi appréhender les valeurs internes d'une entreprise et, grâce à son potentiel, renforcer l'identité de cette entreprise. Lorsqu'un bâtiment est le seul élément représentatif d'une entreprise, l'apport de l'architecture est déterminant. Cette idée n'est toutefois pas innée, et exige une initiative soit du maître de l'ouvrage, soit du designer ou de l'architecte lui-même, au moment de l'établissement du projet du bâtiment, et non au moment de décider de la plaque de firme seulement. Si des logos sont réalisés en béton, cela signifie pour le moins qu'architecture et design ont su se faire entendre.

Lors de l'exécution, il faut tenir compte des caractéristiques techniques du matériau. Il faudra faire un choix, car le béton offre les possibilités les plus diverses. Il s'agit le plus souvent de constructions en béton armé. Il faut alors veiller à ce que le recouvrement en béton de l'armature soit suffisant (attention en cas de relief!). Le béton exposé à des projections d'eau venant de la rue doit résister au gel et au sel de dégel. Dans les cas douteux, un calcul statique fait par un ingénieur est également nécessaire. Pour le reste, les formes peuvent être choisies librement. La surface peut être lisse de coffrage, structurée, sablée, bouchardée ou polie. La couleur dépend du granulat et du ciment. On peut garder le gris naturel, ou changer la couleur en appliquant une peinture ou en teintant le béton dans la masse.

Bruno Meyer

Photos: les photos représentent une sélection des exécutions possibles. Elles ne se veulent pas exhaustives. Ainsi que le prouvent déjà des maisons plus anciennes, le thème offre libre champ.

Traduction française: Liliane Béguin

TFB

Pour tous autres renseignements s'adresser au
SERVICE DE RECHERCHES ET CONSEILS TECHNIQUES
DE L'INDUSTRIE SUISSE DU CIMENT WILDEGG/SUISSE
Case postale 5103 Wildegg Téléphone 064 53 17 71
Lindenstrasse 10 Télécum 064 53 16 27