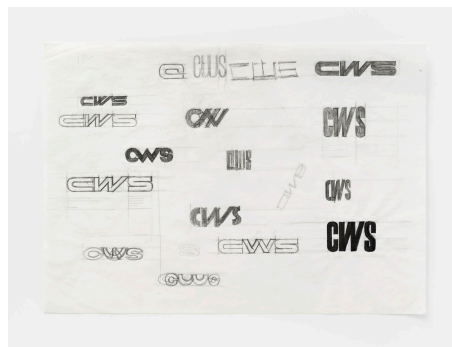


1



2

- 1 Logoentwürfe, CWS, um 1958, Gestaltung: Josef Müller-Brockmann, Donation: Shizuko Yoshikawa (Archiv Josef Müller-Brockmann). Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.
- 2 Logoentwürfe, CWS, um 1958, Gestaltung: Josef Müller Brockmann, Donation: Shizuko Yoshikawa (Archiv Josef Müller-Brockmann). Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.

Le logotype du fabricant d'articles hygiéniques CWS se compose des initiales du fondateur suisse de l'entreprise, Hans Conrad Wolfgang Schnyder. Il est dessiné en 1958 par le célèbre graphiste Josef Müller-Brockmann (1914-1996) en tant qu'élément de l'identité visuelle de la société. Le logotype mince et élancé avec son « W » oblique est toujours utilisé à ce jour.

Au cours de sa carrière, Josef Müller-Brockmann conçoit de nombreux logos, griffes et identités visuelles complètes pour des entreprises publiques et industrielles. Dans son autobiographie, il évoque la conception de l'identité visuelle du fabricant d'articles hygiéniques CWS comme l'un de ses mandats les plus passionnants des années 1950. À cette époque, le nombre d'entreprises concurrentes augmente et, du même coup, le besoin d'une présence visuelle originale. Cela suppose non seulement une griffe marquante, mais aussi une identité visuelle intégrale, qui englobe tous les imprimés et supports publicitaires. Pour l'entreprise suisse créée en 1954, le graphiste conçoit en 1958 une griffe élégante, aboutissement d'innombrables esquisses, reposant sur les trois initiales « C »,

« W » et « S » de son fondateur, Conrad Wolfgang Schnyder. Le logotype, mince et élancé, avec son « W » oblique, qui existe encore aujourd'hui en noir et rouge dans sa version positive, et en blanc et contours noirs dans la version négative, est systématiquement apposé sur la grille de mise en page de tous les imprimés et supports publicitaires. Les noms des produits et le texte composé dans la sobre Akzidenz-Grotesk s'insèrent tout aussi précisément dans la maquette. Globalement, la structure et ses éléments contribuent à donner au fabricant de produits hygiéniques une identité visuelle homogène, claire et inspirant donc la confiance. L'atelier Müller-Brockmann, puis l'agence Müller-Brockmann + Co travaillent jusqu'en 1975 pour ce client fidèle. (Barbara Junod)

Logoentwurf, CWS, um 1958
Gestaltung: Josef Müller-Brockmann
Auftrag: CWS, Schweiz, Zürich, CH
Material/Technik: Karton, Tintenzeichnung, bemalt
14 x 22.2 cm
Donation: Shizuko Yoshikawa (Archiv Josef Müller-Brockmann)
Eigentum: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK

<https://www.eguide.ch/fr/objekt/cws/>