

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Kasdi Merbah Ouargla
Faculté des Lettres et Langues
Département de Lettres et Langue Française



Mémoire présenté en vue de l'obtention du master
En sciences du langage

Titre

**Pour une lecture iconographique
des logos de clubs sportifs en
contexte algérien**



Présenté et soutenu publiquement par

Imadeddine Merbouh

Directeur de mémoire

Dr. Wafa Laref

Jury

Dr. Imane BENDJEDIA	Université Kasdi Merbah - Ouargla	Présidente
Dr. Wafa LAREF	Université Kasdi Merbah - Ouargla	Rapporteur
Dr. Samia BERBRA	Université Kasdi Merbah - Ouargla	Examinatrice

Année universitaire : 2022-2023

**Pour une lecture iconographique des logos
de clubs sportifs en contexte algérien.**

Mémoire présenté et soutenu publiquement le : 15 juin 2023 par :

Imadeddine Merbouh



Dédicace

Je dédie ce travail :

À MON TRÈS CHER PÈRE

À celui qui a réellement manqué et toujours vivant en moi

Des mots ne pourront jamais exprimer la profondeur de mon respect, ma considération, ma reconnaissance et mon amour éternel d'une part et à quel point tu me manques d'autre part.

Que Dieu ait pitié de vous, mon cher papa, et vous accueille dans son vaste paradis

Je t'aime papa... ✍

À MA TRÈS CHÈRE MÈRE

Quoi que je fasse ou je dise, je ne saurai point te remercier comme il se doit. Ton affection me couvre, ta bienveillance me guide et ta présence à mes côtés a toujours été ma source de force pour affronter les différents obstacles.

Je t'aime maman... ✍

À MES TRÈS CHERS FRÈRES ET SŒURS

À TOUS MES CHERS AMIS ET MES collègues.



Remerciements

" La connaissance est la seule chose qui s'accroît lorsqu'on la partage "

Avant tout, je remercie Dieu, le tout puissant, pour m'avoir donné la force et la patience pour terminer ce travail.

Je ne peux passer sans exprimer mes remerciements à *Dr. Wafa Laref*, ma directrice de mémoire, de sa confiance en acceptant la direction de ce mémoire, de sa patience, de ses directives et de ses conseils pour assurer l'aboutissement de ce travail.

Je tiens à remercier fortement les membres du jury d'avoir accepté d'évaluer ce modeste projet de fin d'études.

Je remercie chaleureusement *Pr. Dahou Hocine, Pr. Harkat Sabah, et Dr. Louiza Hachani* pour leur encouragement et leur soutien.

Une mention particulière à *Mme. Ben Chouiha Fadila* « *directrice du CEM m'zabia Kouider Ouargla* » qui m'a beaucoup aidé dans ce travail dès le début.

Je tiens à exprimer ma gratitude infinie envers ma famille, mes parents, mes frères et sœurs et tous ceux qui ont été à mes côtés, en les nommant individuellement, pour leur patience et leur soutien inconditionnel tout au long de mes années universitaires



Table des matières

Introduction générale.....	08
-----------------------------------	-----------

PARTIE THEORIQUE : *Le logo en sémiotique.....*12

Introduction.....	13
1.1.1 La sémiotique et la sémiologie.....	13
1.1.2 L'objet d'étude de la sémiotique	14
1.1.2.1 Le signe chez Saussure.....	14
1.1.2.2 Le signe chez Hjelmslev.....	15
1.1.2.3 Le signe chez Peirce.....	16
1.1.3 Les approches de la sémiotique	17
1.1.4 La place du logo dans les théories du signe.....	18
1.2.1 La définition du logo.....	19
1.2.2 Les composantes du logo.....	19
1.2.3 Les fonctions du logo.....	20
1.2.4 Les types de logo.....	21
1.2.5 La forme raccourcie du logo.....	24
1.2.6 Le logo : une empreinte d'une marque déposée.....	24
Conclusion.....	24

**PARTIE PRATIQUE : *Pour une lecture iconographique
des logos.....***25

Introduction.....	26
2.1 La présentation du corpus.....	26
2.2 La description formelle du corpus.....	26
2.2.1 Le LOGO : couleurs utilisées.....	27
2.2.2 Le LOGO : langue utilisé.....	27
2.2.3 Le LOGO : formes de figuration.....	28
2.3 Le contenu du logo.....	28
3.3.1 La nature de dénomination des clubs Algériens.....	28
3.3.2 La nature du contenu du logo.....	29
2.4 Les clubs sportifs algériens.....	33

2.5 Les logos et les éléments signifiants.....	37
2.5.1 Le Logo : signe d'un club sportif.....	37
2.5.2 Les couleurs.....	39
2.5.3 La forme et l'évocation.....	40
2.5.4 La disposition des éléments dans l'espace logo.....	41
2.6 Le Logo : langues nationales ou étrangères.....	42
2.7 Le logo et le code.....	42
Conclusion.....	45
Conclusion générale.....	46
Bibliographiques.....	50
Annexes.....	53



Introduction générale

Les clubs sportifs occupent une place centrale dans le paysage sportif, offrant aux individus la possibilité de pratiquer une activité physique, de participer à des compétitions et de développer des liens sociaux au sein d'une communauté passionnée. Pour identifier et distinguer chaque club de l'autre et vu que le monde est gouverné par l'image, il doit y avoir une identité visuelle pour chacun de ces clubs. Cette identité incarnée par le logo qui se présente comme une composition figurée servant à identifier visuellement, de façon immédiate une entreprise, une marque, une association, une institution, un club, un service, un événement ou toute autre sorte d'organisations dans le but de se faire connaître et reconnaître du public et des marchés auxquels il s'adresse et de se différencier des autres entités appartenant au même secteur. Le logo, dans ces derniers temps, s'est imposé comme étant le premier signe servant d'établir la communication et l'identification.

Nous avons choisi ce sujet dans le but d'explorer un thème d'actualité qui suscite un intérêt croissant dans le domaine de la sémiotique. Notre motivation initiale découle de notre observation fréquente de nombreux logos présents dans notre environnement, ainsi que de nos lectures préliminaires sur le sujet. Ces expériences nous ont incités à approfondir nos connaissances à propos de cet objet d'étude et à comprendre les éléments constitutifs des logos. De plus, la nécessité scientifique nous a poussés à entreprendre une analyse approfondie des logos, en tenant compte du nombre limité d'études existantes sur le sujet. Parmi celles-ci, nous citons (*Le logo* (H. Benoit, 2006) qui met en évidence les défis et les implications essentiels liés à la création et à la gestion d'une identité visuelle cohérente et efficace, "*Logo et identité visuelle*" (Matthew Healey, 2017) où l'auteur met en évidence l'importance du logo en tant qu'élément central de l'identité visuelle d'une marque. Il procède à une analyse approfondie de 300 logos exemplaires provenant de 13 domaines d'activité distincts à travers le monde).

Ainsi, notre démarche s'inscrit dans le cadre d'une recherche scientifique visant à explorer les logos des clubs sportifs algériens et à comprendre les enjeux sous-jacents à leur dimension sémiotique. En traitant ce sujet, nous espérons combler les lacunes de la recherche existante et apporter de nouvelles connaissances dans ce domaine spécifique.

Cette recherche vise à approfondir notre compréhension du processus de sémiotisation et des mécanismes de fonctionnement du logo. pour cela nous posons la problématique suivante : **Dans quelle mesure le logo pourrait-il représenter l'identité visuelle d'un club sportif ?**

Cette question centrale a suscité notre intérêt et nous a conduit à formuler une série de sous-questions qui guideront notre recherche. Quels renseignements à identifier à travers le logo ? Est-ce que le logo serait accessible à tout le monde ?

Afin de répondre de manière satisfaisante à ces questions, nous formulons les hypothèses suivantes :

- ❖ **Le logo serait une reproduction iconographique de l'identité d'un club sportif.**
- ❖ **Le logo se suffirait à lui-même et serait ainsi interprété comme un message sémiotique révélateur de sens.**

Le corpus de notre étude est constitué de l'ensemble de 20 logos correspondant aux clubs sportifs algériens. Nous avons choisi ces logos représentatifs des villes appartenant aux quatre coins du pays à savoir : le Nord, le sud, le centre, l'est et l'ouest et ce dans une visée purement exploratoire cherchant à tester à la fois des convergences et les divergences des logos.

Pour élaborer cette étude, nous adopterons une approche à la fois descriptive et analytique. Dans un premier temps, nous procéderons à une description formelle du logo, en examinant sa forme, sa couleur, ses éléments graphiques, etc., qui représentent l'entité visée. Dans un second temps, nous réaliserons une analyse approfondie des messages sous-jacents du logo, qu'ils soient linguistiques ou non linguistiques, afin de dégager leur signification et leur impact.

Notre travail de recherche se divise en deux parties : une partie théorique et partie pratique.

La première partie de ce travail sera consacré à la définition de la sémiotique et à l'explication de ses fondements théoriques. Nous examinerons également la place spécifique du logo au sein des différentes théories du signe, en mettant en évidence son rôle en tant que signe visuel distinctif.

Puis on fait une étude approfondie du terme « logo ». Nous commencerons par définir le concept de logo et nous mettrons en évidence ses fonctions principales dans le contexte de l'identification visuelle des marques et des organisations. Nous explorerons ensuite les différents types de logos, en soulignant leurs caractéristiques spécifiques et en présentant des exemples concrets. Parallèlement à cela, nous retracerons l'histoire du logo et nous analyserons son évolution au fil du temps. Enfin, nous insisterons sur l'importance cruciale du logo en tant qu'outil de communication et de différenciation pour toute sorte d'organisations.

La deuxième partie de notre recherche se concentrera sur la description formelle et l'analyse statistique des logos, puis l'étude approfondie des éléments signifiants des logos des clubs sportifs algériens. Tout ça nous permettront d'explorer en détail les caractéristiques et les significations des logos dans le contexte des clubs sportifs en Algérie. La conclusion générale de notre étude résumera les résultats, les contraintes et les pistes d'envisagement futur, offrant ainsi une synthèse complète de notre recherche sur les logos des clubs sportifs algériens et jetant les bases pour de nouvelles réflexions et tentatives de recherche dans ce domaine.

PARTIE THEORIQUE

Le logo en sémiotique

Introduction

L'objectif de ce chapitre est : de définir la sémiotique et de rappeler ses approches et ses objets d'étude. Nous avons traité par la suite la place du logo dans la théorie du signe et son fonctionnement comme identité visuelle. Et en deuxième lieu en traite la définition du logo, ses composantes, ses types, les fonctions du logo et ses formes.

1.1 La sémiotique et la sémiologique

La sémiotique, également appelée sémiologie, est une discipline ancienne qui remonte à l'Antiquité grecque. Les termes "sémiotique" et "sémiologie" sont devenus synonymes et ont pour objet l'étude des signes et des systèmes de signification. Le terme "sémiotique" est d'origine américaine et provient du mot grec "sēmeîon" qui signifie "signe". La sémiotique englobe un ensemble de théories, de méthodologies et d'applications développées entre la fin du XIXe et le début du XXe siècle (1839-1914) dans le cadre de cette discipline sémiotique. L'objet empirique de la sémiotique est le produit signifiant, c'est-à-dire tout ce qui véhicule du sens, comme un texte ou une image. En résumé, la sémiotique est l'étude des signes.

La sémiotique générale permet en principe de décrire tout produit et tout système de signes, tels que les textes, les images, les signaux routiers, les modes, les spectacles, la vie quotidienne, l'architecture, etc. Des sémiotiques spécifiques ou particulières (comme la sémiotique du texte, du texte littéraire, de l'image, du multimédia, etc.) sont développées pour tenir compte des particularités de chaque système de signes. Ce chapitre se concentre principalement sur la sémiotique générale.

Ferdinand de Saussure et Charles Sanders Peirce sont les deux fondateurs de la sémiotique, presque à la même époque mais de manière indépendante. Chacun a donné naissance à l'un des deux courants principaux en sémiotique. Le tableau ci-dessous présente quelques-unes des caractéristiques de ces deux courants.

	Sémiotique d'inspiration PEIRCIENNE	Sémiotique d'inspiration SAUSSURIENNE
Fondateur	Charles Sanders Peirce (1839-1914)	Ferdinand de Saussure (1847-1913)
Discipline-mère	philosophie (logique formelle)	linguistique
Structure du signe	representamen, interprétant, objet, triadisme	Signifiant, signifié Dyadisme

Tableau n°1- Les deux grands courants sémiotiques

1.1.2 L'objet d'étude de la sémiotique

D'après Peirce, la sémiotique est une théorie logique qui permet d'analyser les systèmes de communication, qu'ils soient linguistiques ou non linguistiques. Elle offre une représentation de la réalité à travers l'étude des signes. Peirce a identifié trois dimensions essentielles de cette discipline : la sémantique, qui examine les liens et les combinaisons entre le signe et l'objet signifié ; la syntaxe, qui se concentre sur les relations entre les différents signes ; et la pragmatique, qui s'intéresse à la relation entre le signe et le sujet qui l'utilise.

Dans ce contexte, la sémiotique s'interroge à la notion "signe" et comment ce signe requiert de la signifiante ? Pour répondre à cette question nous proposons les trois approches suivantes :

1.1.2.1 Le signe chez Saussure

Selon le modèle théorique de Saussure, le signe linguistique est une entité psychique qui comporte deux aspects indissociables. Il se compose d'un signifiant, qui est la forme acoustique ou visuelle du signe, et d'un signifié, qui est la représentation mentale associée à cette forme. Les deux aspects du signe linguistique, le conceptuel et le matériel, sont étroitement liés et ne peuvent être séparés. De plus, la relation entre le signifiant et le signifié est arbitraire.

Donc, le signe est construit de deux parties :

A/- Une partie matérielle : le signifiant (image acoustique).

B/- Une partie immatérielle : le signifié (partie conceptuelle du signe).

Prenons cet exemple, le mot * porte *

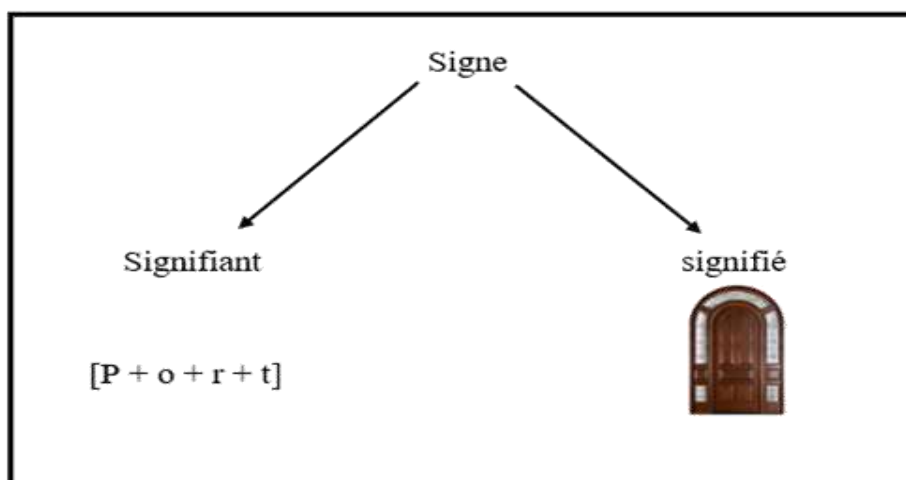


Fig.1 : Le triangle de Saussure

1.1.2.2 Le signe chez Hjelmslev

La théorie de Hjelmslev, connue sous le nom de glossématique, développe et étend le concept saussurien du signe linguistique. Selon cette théorie, le signe est représenté par une relation, appelée fonction de signe, établie entre le plan de l'expression et le plan du contenu. Lorsque deux unités linguistiques sont échangées dans l'un de ces plans, cela entraîne généralement un changement dans l'autre plan. Chaque plan est caractérisé par les relations mutuelles entre les unités linguistiques, ainsi que par leur ordre séquentiel dans ce plan.

Chaque plan comprend deux aspects : la forme (qui peut être décrite de manière simple et cohérente par la linguistique) et la substance (qui englobe les aspects des phénomènes linguistiques qui ne peuvent être décrits sans faire référence à des éléments extralinguistiques).

On peut le schématiser comme suit :

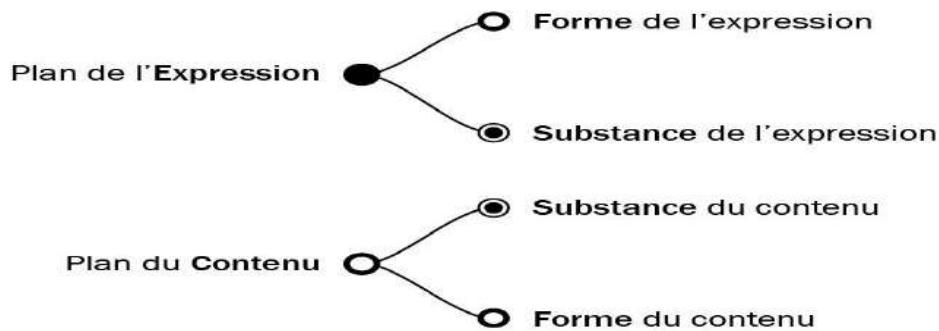


Fig. 2 Le plan d'expression et le plan du contenu

Pour illustrer les concepts vus plus haut, nous allons reprendre l'exemple suivant :

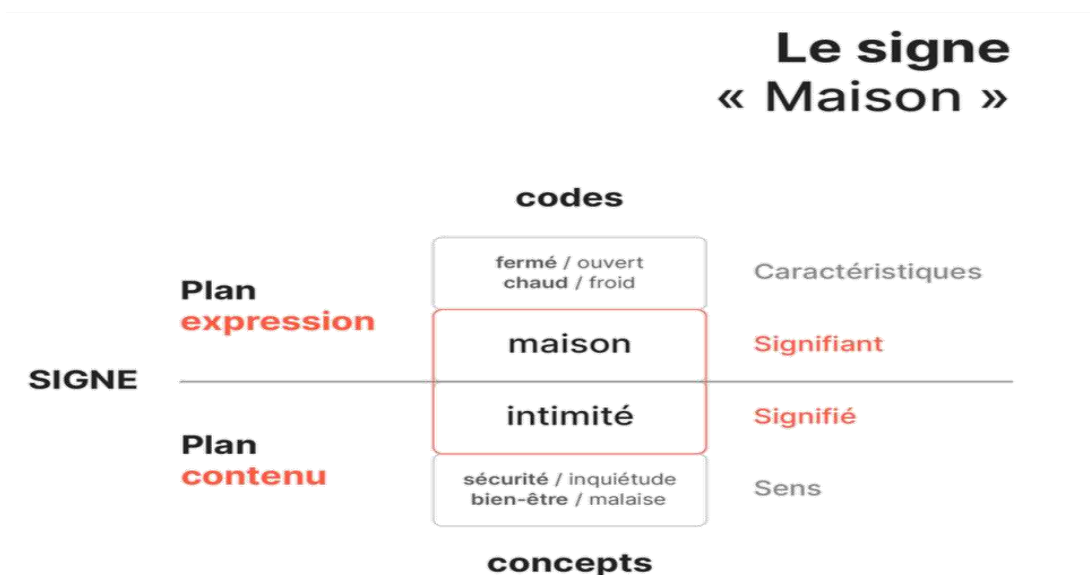


Fig. 3¹ Le signe chez Hjelmslev

¹Exemple issu de l'article « Contribution à la sémiotique de l'espace » publié par Claude Zilberberg sur le site de l'Université de Limoges dans Actes Sémiotiques.

1.1.2.3 Le signe chez Peirce

Selon Charles Sanders Peirce (1839-1914), un signe est défini comme "quelque chose qui fait office de quelque chose pour quelqu'un, sous un certain aspect ou à un certain titre". Cette définition de Peirce met en évidence la relation du signe avec ses trois éléments constitutifs : l'interprétant, le représentamen et l'objet. Cette relation est généralement schématisée comme suit :

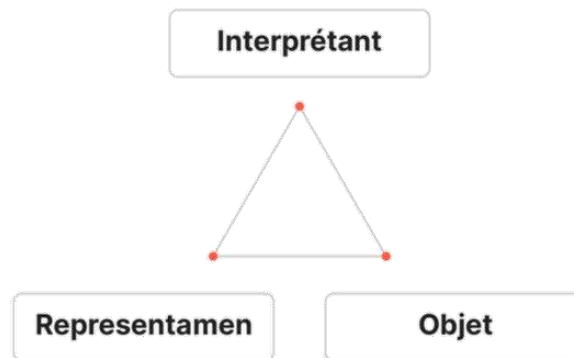


Fig. 4 Le signe chez Peirce

L'interprétant représente l'aspect subjectif ou l'interprétation que le signe suscite chez le destinataire. Le représentamen est la forme matérielle ou perceptible du signe, telle qu'un mot, une image ou un geste. Enfin, l'objet désigne ce à quoi le signe se réfère ou ce qu'il représente dans le monde réel. Cette triade entre interprétant, représentamen et objet est fondamentale dans la théorie sémiotique de Peirce, car elle souligne l'aspect triadique de la signification et de la communication.

Dans sa sémiotique, Ch. S. Peirce (1938) distingue trois types de signes : les indices, les icônes, et les symboles.

Les signes indiciels : sont des traces sensibles d'un phénomène, une expression directe de la chose manifestée. L'indice est lié (prélevé) sur la chose elle-même (la fumée pour le feu).

Les signes iconiques : sont des représentations analogiques détachées des objets ou phénomènes représentés. (L'image en particulier)

Les signes symboliques : rompent toute ressemblance et toute contiguïté avec la chose exprimée. Ils concernent tous les signes arbitraires (la langue, le calcul...).

Le symbole :

Le symbole est un signe pour lequel il n'existe pas de lien logique apparent entre contenu et forme. « Le symbole entretient avec ce qu'il représente une relation arbitraire, conventionnelle. Entrent dans cette catégorie les symboles au sens usuel du terme tels que les

anneaux olympiques, différents drapeaux ² ». Cela veut dire que le signe linguistique est selon la conception peircienne un symbole dans la mesure où le langage verbal est conçu comme « système de signes conventionnels ». Un symbole est souvent collectif mais peut être valable pour une seule personne également. Par exemple, un cartable : il a un nom, une fonction, va-t-il une valeur symbolique, selon les personnes, il peut symboliser la torture, la joie de la rentrée, la nostalgie, le regret de ne pas avoir fait des études.

L'icône :

« Correspond à la classe des signes dont le signifiant entretient une relation d'analogie avec ce qu'il représente, c'est-à-dire avec son référent³ ». De ce fait, l'image est classée sous cette catégorie du fait qu'il y ait un rapport d'analogie entre le signifiant et le référent.

L'indice :

L'indice est un « signe qui entretient un lien physique avec l'objet qu'il indique⁴ » Sous la catégorie d'indice, Peirce a regroupé les signes qui entretiennent une relation de « contiguïté physique » avec ce qu'ils représentent. Tel est le fameux exemple de la fumée pour le feu ou encore les nuages pour la pluie.

1.1.3 Les approches de la sémiotique

La sémiotique ne se limite pas au problème des signes du langage (le mot), son domaine s'étend et couvre d'autres domaines tels que dans le domaine de la médecine, elle étudie les signes et les symptômes qui peuvent aider les médecins afin qu'il puisse diagnostiquer.

On a aussi parlé de la sémiotique cinématographique développée par Metz, (Études de films, d'images, etc.). Metz considère le cinéma comme un "art" ou "langue". Il y a aussi la sémiotique musicale, qui utilise la notation musicale.

Auparavant, les Européens étaient habitués à ne penser seulement qu'en termes signifiant et signifié, alors ainsi les recherches de Saussure sur le structuralisme a donné naissance à d'autres concepts de la sémiotique de Peirce, qui selon lui la sémiotique fournit les outils nécessaires pour connaître les différents signes, quelle que soit leur nature. Joly dans son *Introduction à l'analyse de d'images*, l'image a ouvert le champ pour inclure tous ce que pourrait être signifier. Selon elle, « « Un signe a une matérialité que l'on perçoit avec l'un ou

²U. Eco, *Le signe*, Labor, Bruxelles, 1988, p.31. Dr. ABADI Dalila, op.cit. p.11

³JOLY .M, *Introduction à l'analyse de l'image*, Editions Nathan, Paris, 1993, p. 27. ibid. P.12

⁴Ibid., P.11.

plusieurs de nos sens. On peut le voir (un objet, une couleur, un geste), l'entendre (parole, cri, musique, bruit), le sentir (odeurs diverses : parfums, fumée), le toucher, le goûter...⁵ ».

1.1.4 La place du logo dans les théories du signe

En tant que science générale des signes, la sémiotique étudie les logos, quel que soit leur type, en reconnaissant leur importance en tant que choix et motivation intentionnelle. Les logos ne sont pas le fruit du hasard, mais sont conçus dans le but de communiquer un message spécifique. Selon Ferhat, un logo est à la fois un signe fabriqué et un objet dont la forme peut varier d'un simple caractère à une combinaison complexe de composants. Sa forme abrégée lui confère une dimension visuelle avant même d'être un objet de lecture, car il est le résultat d'un processus de conception et d'écriture.

Selon la théorie de Saussure, le signe linguistique est particulier car le signifiant n'est pas nécessairement composé d'une seule unité, mais peut être formé par une combinaison de signifiants partiels. Dans le contexte des logos, cette combinaison de signifiants partiels forme finalement un logo qui fournit des informations spécifiques sur l'entreprise ou l'organisation concernée. D'autre part, la théorie des symboles de Peirce se concentre sur l'étude de la signification et vise à établir une référence générale au sein de la communauté.

Par conséquent, un logo convient particulièrement aux icônes et aux symboles, car il est motivé et intentionnel dans sa conception, et il vise à transmettre un message spécifique.

⁵Joly M, *Introduction à l'analyse de l'image*, Editions Nathan, Paris, 1993, p.25.

1.2.1 La définition du logo

Un logo, également connu sous le nom de logotype, est une représentation graphique utilisée par une entreprise ou une marque sur divers supports de communication tels que les réseaux sociaux, les produits promotionnels, les devis ou les factures, l'emballage, etc.

Le logotype, ou logo, a pour objectif d'identifier de manière unique et immédiate les sociétés, les associations, les institutions, les produits, les services, les événements ou toute autre entité, afin de les distinguer des autres. Il contribue à renforcer l'image d'une entreprise et favorise la reconnaissance d'une marque lorsqu'elle est présente sur un produit ou un service, comme des articles de sport, des produits cosmétiques, des vêtements, des produits alimentaires, et bien d'autres encore.

Le logo d'une entreprise doit avant tout évoquer l'activité de la marque et ses valeurs, tout en étant cohérent avec son identité et son ADN. Il est fréquent d'observer un changement de logo lors d'une refonte de marque, afin de marquer clairement l'évolution et de mettre en valeur cette nouvelle identité.

Un logotype est généralement composé d'une marque écrite dans une police de caractères spéciale et disposée d'une manière spécifique, tout en restant lisible.

L'origine du logo remonte à l'héraldique médiévale, vers le milieu du XIIe siècle. Les chevaliers ont eu l'idée de dessiner un symbole sur leur bouclier afin d'être reconnus sur le champ de bataille.

Au XIXe siècle, au cœur de la révolution industrielle, les fabricants étaient préoccupés par la nécessité de permettre aux personnes "illettrées" de distinguer leurs produits de ceux de leurs concurrents. Pour cela, ils ont apposé sur chaque produit (et son emballage) un "signe de marquage" sous forme de symbole, d'idéogramme, de pictogramme, de monogramme (une marque distinctive composée de lettres d'un mot ou d'initiales, parfois entrelacées, d'un nom et d'un prénom), ou encore d'emblème (un ensemble de figures géométriques et de couleurs).

Au fil des siècles, le logo est devenu largement utilisé dans divers établissements, associations, entreprises, groupes, clubs et même événements. Ainsi, les logos peuvent être considérés comme des symboles abrégés qui fournissent des informations spécifiques sur une entité donnée.

1.2.2 Les composantes du logo

Il existe plusieurs éléments qui pourraient participer à la construction d'un logo. Nous citons d'une manière brève et non exhaustive quelques-uns :

L'écriture : elle sert à noter le nom de la marque ou de l'établissement, l'entreprise, l'association...

Les couleurs : « les couleurs sont chargées de significations. Leur utilisation se diffère selon le message que le concepteur souhaite faire passer à travers son logo⁶ ».

Les dessins : sont considérée comme un mode d'expression et de symbolisation, chaque forme port une idée très précise. Ils offrent l'avantage de pouvoir s'exprimer d'une manière très concise et claire.

Les objets : Ils apparaissent dans le logo non seulement pour fournir des informations être très précis simplifie et facilite également la compréhension du lecteur. C'est toujours un objet qui laisse entrevoir des idées loin de toute vocation décorative.

Les chiffres : les nombres ont aussi un sens et une valeur ; chaque nombre fait référence à un repère historique que servant d'une date de création ou d'une date mémorielle commémorative ou autres autre marqueur historique.

Cela n'inclut pas les chiffres faisant référence à l'ordre numérique.

Par exemple : plusieurs universités existantes dans la même ville, tel que : l'université Alger1, Alger2 et Alger3.

Signes particuliers : certains des caractères utilisés ont des significations qui n'ont pas été choisies au hasard. Voir ce signe déclenche une sorte d'alarme cérébrale.

1.2.3 Les fonctions du logo

Un logo reflète l'identité et incarne l'activité de tels et tels établissement, association ou bien un club. Un bon logo devrait avoir unique, simple, parle de lui-même, durable et mémorisable c'est-à-dire il est facile de s'en souvenir, et de le reconnaître et de l'associer à son entreprise.

Selon certains auteurs⁷, un logo doit satisfaire différentes fonctions :

- **Une fonction référentielle et informative** : le logotype indique le nom de l'entreprise.
- **Une fonction expressive et représentative** : le logotype identifié de manière singulière l'organisme qu'il représente à l'aide de signes graphiques porteur de ses valeurs.
- **Une fonction phatique et conative** : le logotype s'adresse à une cible, il doit attirer son regard, être facilement lisible et mémorisable.
- **Une fonction de certification (signature, caution)** : le logo permet d'apposer une signature juridique sur tous les produits issus de l'entreprise. Il est alors caution de qualité,

⁶ <https://graphiste.com/blog/signification-des-couleurs/> (consulté le 29/03/2023).

⁷ <http://e-classroom.over-blog.com/le-logotype> (consulté le 28/03/2023).

gage de pérennité, garantis de service après-vente et certifie l'origine du produit et du producteur.

- **Une fonction d'appartenance** : dans les entreprises qui ont de nombreuses ramifications, le logo est un signe d'identification consensuelle et constitue un signe fédérateur et clairement visible pour la production (producteurs et actionnaire) et pour la consommation.

1.2.4 Les types du logo

Dans cette partie, nous allons explorer les différents types de logos possibles. Cependant, il est important de souligner dès le départ qu'il n'y a pas de typologie "meilleure qu'une autre", mais plutôt une typologie qui s'adapte en fonction de différents facteurs tels que la sensibilité du fondateur, la concurrence existante pour se démarquer, la spécificité du nom associé au logo qui peut inspirer une idée adaptée, le secteur d'activité, les types de supports utilisés et le contexte culturel.

Avant d'approfondir ce sujet, il est utile de comprendre le terme "logo". Paradoxalement, il signifie à la fois "pensée rationnelle" et "discours". Ainsi, le logo est un discours qui communique... mais en silence, car il est propre à l'image. En ajoutant le terme "type" ou "logotype", nous introduisons l'idée de "marque laissée par une entreprise". L'enjeu est donc de communiquer sur un sujet en jouant sur des éléments "non-dits" pour laisser une trace dans la mémoire.

Il est courant de confondre le terme "logo" avec des termes tels que "emblème", "insigne" ou encore "logotype". Cependant, ces termes ne sont pas équivalents et peuvent prêter à confusion.

LE LOGO

Le logo représente le nom de la marque avec utilisation d'une typographie ou une présentation graphique particulière.

Le dessin de la typographie influence alors la perception, compréhension du mot, de son discours. Par exemple il est fort probable qu'en regardant le logo TGV nous aurons l'impression qu'on nous promet de la vitesse.



L'EMBLÈME (ou INSIGNE)

L'emblème ou l'insigne est une forme graphique ajoutée. Par exemple : le losange de Renault, la virgule de Nike, la pomme d'Apple... Il est intéressant de noter que la puissance de la notoriété des marques comme Macdonald ou Apple leur permet le luxe d'abandonner leur logo pour ne garder que l'emblème !



LE LOGOTYPE = LOGO + EMBLÈME

Le logotype est l'union de l'emblème + le logo. Dès lors qu'il y a des éléments graphiques autour du logo, on entre dans le logotype



Les 7 grandes catégories types de logos

Il existe sept (7) grand types de logo, chaque type transmet un message spécifique. Les définitions suivantes sont reformulées à partir du contenu du site internet 99designs.fr²⁰ :

A- Les monogrammes :(Letter mark)

Un travail typographique mais avec une mise en scène de lettres combinés. Le plus souvent des sigles. Une icône peut émerger de cette représentation. Par exemple VOLKSWAGEN

Le logo monogramme est constitué par les initiales du nom de la marque ou l'entreprise réunis dans un seul signe d'une manière claire et simple.



B- Pictogramme : un pictogramme, qui est la représentation stylisée et simplifiée à l'extrême d'un objet, d'un personnage, d'un animal, d'un végétal, etc. Par exemple : TWITTER.



C- Mascottes : les mascottes sont tout simplement des personnages dessinés qui représentent les entreprises pour lesquelles elles ont été créées. Une mascotte est en quelque sorte une ambassadrice de la marque qu'elle symbolise. Le colonel de KFC est un bon exemple de mascotte célèbre.



D- Logo abstrait : ce genre est constitué à partir d'une forme abstraite, il n'a pas de signification connue comme les pictogrammes. Ce type offre plus de liberté pour s'exprimer. Par exemple : ADIDAS.



E- Les mot-symboles (ou logotypes) :

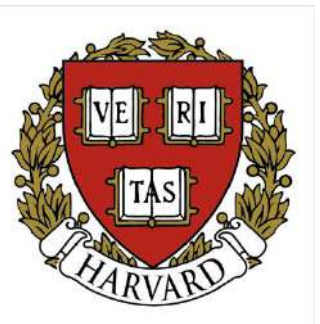
Similaires aux monogrammes, les logotypes sont uniquement basés sur le nom de l'entreprise. L'entreprise Google, par exemple, a déjà un nom percutant. Allié à une typographie audacieuse, le logo de la marque devient presque inoubliable.



F- Combinaison de plusieurs éléments : les logos de ce type représentent un mélange entre plusieurs éléments (un monogramme ou un logotype et associé à un pictogramme, à une forme abstraite ou à une mascotte). Les éléments composants peuvent être placés l'un sur l'autre, l'un à côté de l'autre, ou l'un au-dessus de l'autre. Parmi les logos célèbres qui appartiennent à cette catégorie, on trouve celui de Doritos, de Burger King ou encore de Lacoste.



G- Emblème : le dernier grand type de logo c'est l'emblème (badge, sceau, blason, etc.). Ces logos ont généralement une apparence traditionnelle, ce qui leur confère un cachet tout particulier. Ils sont donc un excellent choix pour les écoles ou les institutions gouvernementales. Le but de ce type de représentation est de véhiculer une image identifiable d'une organisation, donc il doit être lisible et mémorisable. Nous citons à titre d'illustration l'exemple de : HARVARD.



1.2.5 La forme raccourcie du logo.

Le logo remplit une fonction référentielle et informative en identifiant la valeur de l'élément qu'il représente. Il joue un rôle essentiel en nous aidant à le reconnaître rapidement, par exemple, en utilisant une flèche bleue sous un document pour symboliser un document de synthèse informatique. De cette manière, le logo facilite l'accès direct à différentes informations de manière simple et intuitive. Ainsi, la fonction du logo est comparable à celle d'un symbole informatique, offrant une efficacité unique dans la communication des données.

1.2.6 Le logo : une empreinte d'une marque déposée.

La marque constitue le capital immatériel essentiel d'une organisation, représentant une part significative de sa valeur et jouant un rôle de catalyseur dans les relations entre l'organisation et ses parties prenantes. Elle est le principal moteur de l'identité et de la différenciation de l'entreprise ou de l'institution, garantissant la cohérence et la légitimité de sa communication. Pour qu'une marque puisse être déposée, elle doit remplir plusieurs critères : le signe utilisé pour représenter la marque doit être distinctif par rapport à ses concurrents, ne pas contrevenir aux normes morales et ne pas perturber l'ordre public. Généralement, le dépôt de la marque se fait au moyen d'un logo, qui est ensuite utilisé comme mention et marque de propriété.

Conclusion

Dans cette partie, nous avons exploré la sémiotique, qui ne se limite pas aux symboles linguistiques, mais étudie tout ce qui peut être signifié. Elle se concentre notamment sur les éléments constituant la taxonomie des signes, tels que les icônes, les indices et les symboles. Nous avons également examiné la définition du logo, qui est une représentation graphique permettant d'identifier différents types de structures telles que des clubs, des entreprises, des organisations, des idées, des marques ou des événements.

Nous avons ensuite étudié les différentes composantes d'un logo et leur fonction. Enfin, nous avons abordé les principaux types de logos. Le choix du type de forme dépend des motivations des propriétaires de ces entités, mais elle est toujours étroitement liée à la fonction de cette entité.

PARTIE PRATIQUE

**Pour une lecture
iconographique des logos**

Introduction

Nous avons vu dans la partie précédente (partie théorique) les concepts clés de notre sujet de recherche. Toutefois, cette deuxième partie nous nous pencherons sur une étude approfondie des logos des clubs algériens. Notre objectif est d'analyser en détail les contenus des logos, c'est-à-dire les éléments porteurs de sens qui les composent. Pour ce faire, nous utiliserons une méthodologie rigoureuse de catégorisation en fonction de différents critères spécifiques.

2.1 La présentation du corpus

Pour répondre à notre problématique, nous avons choisi un corpus d'étude qui recouvre les logos des clubs sportifs algériens.

Notre corpus se compose de vingt logos cités comme suit : Union Sportive de Biskra (U.S.B), Union Sportive Madinat Annaba (U.S.M.A), Chabab Riadhi Benithour (S.R.B), Jeunesse Sportive de Kabylie (J.S.K), Union Sportive de la Médina d'Alger (U.S.M.A) Union Sportive Madinat Khenchela (U.S.M.K), Club Sportif de Constantine (C.S.C), Association Sportive Ain M'lila (A.S.A.M), Union Sportive Madinat Blida (U.S.M.B), Mouloudia Club d'Alger (M.C.A), Chabab Ahly Bordj Bou Arreridj (C.A.B.B.A), Chabab Riadhi Belouizdad (C.R.B), Jeunesse Sportive de la Saoura (J.S.S), Nadi Riyadi Baladiyat Touggourt (N.R.B.T), Union Sportive de Souf (U.S.S), Union Sportive Madinat Bel Abbès (U.S.M.B.A), Mouloudia Sportif Populaire de Batna (M.S.P.B), Mouloudia Club El-Bayadh (M.C.B), Entente Sportive Sétifienne (E.S.S), Nedjm Chabab Magra (N.C.M). Nous les avons téléchargées à partir des sites officiels des clubs sujet d'étude.

Nous avons exclu les anciens logos (ancien version du logo de quelques clubs) qui ne sont plus actuellement usuels afin que le corpus soit homogène et l'analyse soit scientifiquement justifiée. Il s'agit donc d'un corpus synchronique.

Nous avons choisi de focaliser notre travail sur l'analyse de chaque logo en matière de constituants et le rapport avec la ville d'implantation, l'histoire et la culture de la ville.

2.2 La description formelle du logo

Pour mener à bien notre étude, nous avons procédé à une observation minutieuse du corpus sélectionné. Notre attention s'est portée sur tous les éléments impliqués, supposés ou motivés par le concepteur du logo. Dans un premier temps, nous avons effectué une analyse globale afin d'identifier chaque élément significatif présent dans les logos étudiés. Ensuite, nous avons procédé à la catégorisation des différents éléments en fonction de plusieurs critères tels que les couleurs, la forme, la langue d'écriture et tous les autres éléments participant à la composition du logo. Les données recueillies dans notre corpus comprennent les logos

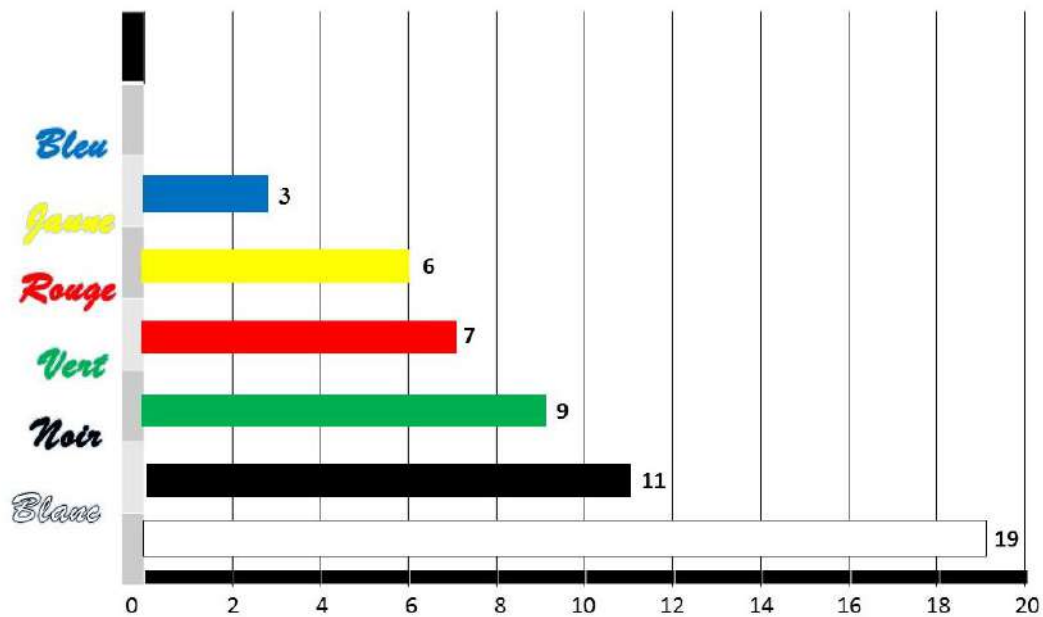
Analyse des logos de clubs sportifs algérien

étudiés, qui ont été sélectionnés avec soin pour représenter une diversité de styles dans un même secteur d'activité.

Les données du corpus sont donc les suivantes :

2.2.1 LOGO : couleurs utilisées

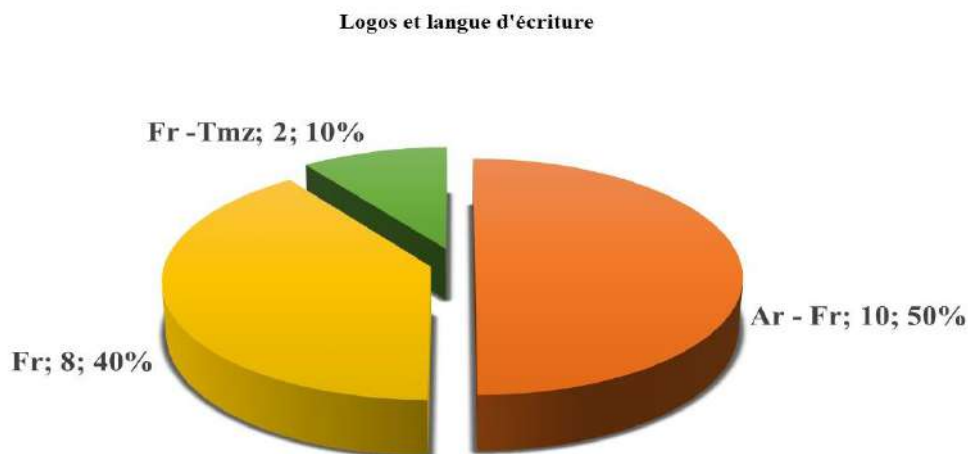
Dans cette catégorie, nous avons répertorié les couleurs qui étaient largement présentes et qui se sont avérées au nombre de six :



Graphique 01 : les couleurs utilisées.

2.2.2 LOGO : langues utilisées

Dans cette catégorie, nous avons répertorié les langues présentées dans les logos. En plus de l'arabe, nous avons identifié l'utilisation du français et du tamazight. Certains logos ont même utilisé plusieurs langues simultanément.



Graphique 02 : les langues utilisées.

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

2.2.3 LOGO : formes de figuration

Malgré la difficulté de distinguer clairement les différentes formes en raison de leur similitude marquée, nous avons identifié les formes suivantes lors de la description des logos : cercle, carré, demi-cercle, ovale et losange. Il convient de noter que d'autres formes, plus complexes à définir, ont également été répertoriées.

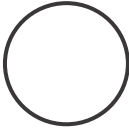

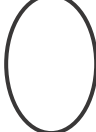

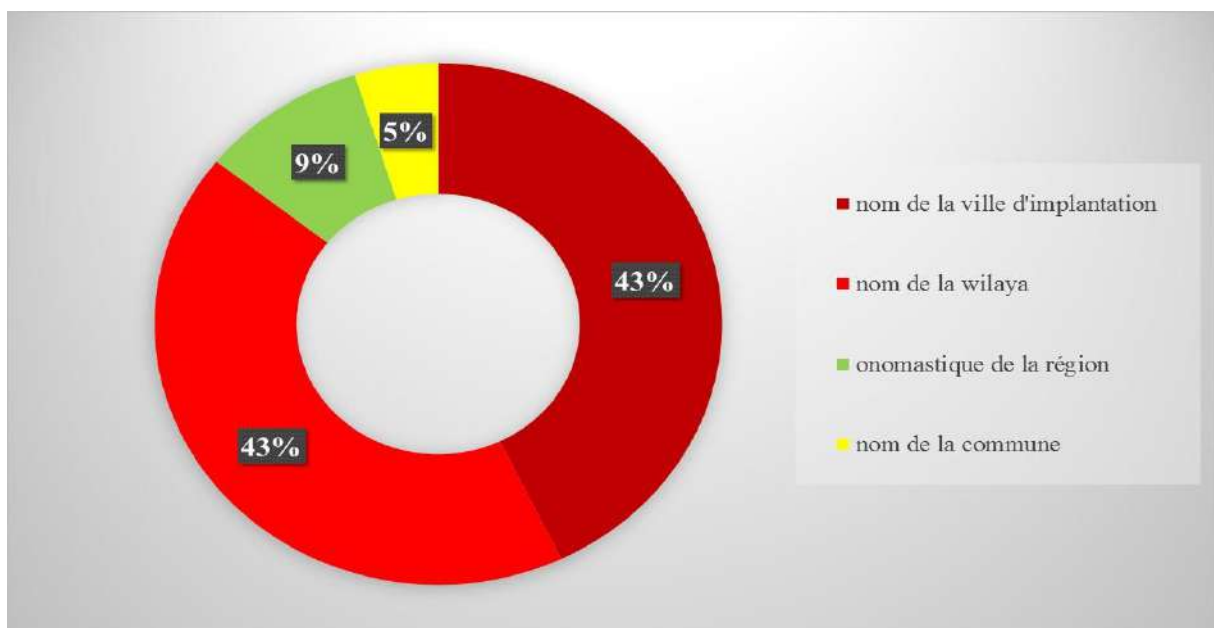
Circulaire	Demi-circulaire	Ovale	Semi - diamant	Autres formes
				
04	09	01	05	01

Tableau n°2 : Formes de représentation des logos

2.3 Contenu du logo

2.3.1 La nature de dénomination des clubs Algériens

L'analyse du corpus a été axée sur la dénomination des clubs sportifs. Quatre catégories ont été identifiées : la première regroupe les clubs portant les noms des villes où ils sont implantés, la deuxième est associée aux noms des wilayas, la troisième fait référence à l'onomastique de la région, et la quatrième fait référence au nom de la commune.



Graphique 3 : Logos et natures de dénomination

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

2.3.2 La nature du contenu du logo

Cette analyse se concentre sur la nature du contenu de chaque logo, que nous avons classifié en 10 catégories distinctes.

A – animaux

Animaux	Fréquence de répétition	Club concerné " Wilaya "	Interprétation possible
Lion	02	U.S.M. Alger	- Symbole de force, de fermeté et de courage
		U.S.M. Khenchela	
Tigre	01	C.A. Bordj Bou Arreridj	- symbole de force et de liberté
Scorpion	01	A.S. Ain M'Lila	- La loyauté absolue, la fidélité, la passion, la complexité et le magnétisme
Aigle	03	J.S. Saoura	- Elévation de l'esprit et symboliser également la force.
		E.S. Sétifienne	
		C.S. Constantine	
Loup	01	N.C. Magra	- Un symbole puissant qui évoque l'instinct, le désir de liberté, la loyauté et l'intelligence.
Cheval	01	M.C. El-Bayedh	- La noblesse, symbole de l'Islam - Zone d'élevage de chevaux
Gazelle	01	C.R. Beni-Thour	- Rapidité, vitesse, agilité - Endroit naturel des gazelles

Tableau n°3 : Logos et signes d'animaux

B–Arbres

Arbres	Fréquence de répétition	Club concerné " Wilaya "	Interprétation possible
Pin	01	M.S.P. Batna	Les Aurès / l'image de la ténacité
Palmier	03		Croissance et succès
Herbe	01	M.C. El-Bayedh	La permanence

Tableau n°4 : Logos et signes d'arbres

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

C–Logos et formes architecturales

Formes	Fréquence de répétition	Club concerné “ Wilaya “	Interprétation possible
Maqam El-Chahid	01	C.R. Belouizdad	Symbole de la ville d’Alger (Capitale)
Coupoles	01	U.S. Souf	Symbole de la ville de mille et une coupoles
Monument historique	02	U.S.M. Alger	Empreinte historique d’une civilisation passée
		U.S. Biskra	

Tableau n°5 : Logos et formes architecturales

D–Logos et objets symboliques

Objets symboliques	Fréquence de répétition	Club concerné “ Wilaya “	Interprétation possible
Drapeau	03	J.S. Saoura	- Par ses couleurs, le drapeau d’Algérie est présent en logos. Il est un signe d’identité.
		U.S.M.B.A	
		M.C. Alger	
Couronne	02	U.S. Biskra	- Symbole de la victoire, le triomphe, l’honneur et la gloire, ainsi que l’immortalité, la justice et la résurrection
		U.S.M. Khenchela	
Etoile	08	M.C. Alger	- Pour préciser le palmarès des équipes concernées (une étoile par trophée gagné). - Nombres de titre de champions - Symbolise les mystères de
		N.R.B. Touggourt	
		C.S. Constantine	
		E.S. Sétifienne	
		U.S.M.B.A	
		N.C. Magra	
		J.S. Kabylie	
C.R. Benithour			
Gouvernail	02	U.S.M. Alger	- Symbole la responsabilité, l’autorité et la prudence
		U.S.M. Annaba	
Bateau	01	U.S.M. Alger	- Représenter la fierté régionale ou l’histoire maritime de la ville
Drapeau Ottomanique	01	U.S.M. Alger	- Faire référence à l’histoire et à l’héritage de la ville d’Alger sous le règne de l’Empire ottoman
Ballon de football	07	U.S.M. Annaba M.S.P. Batna E.S. Sétifienne	- Préciser le type de sport pratiqué par le club.

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

		N.C. Magra J.S. Saoura U.S.M. Blida C.S. Constantinois	
--	--	---	--

Tableau n°6 : Logos et objets symboliques

E- Logos et formes culturelles

Formes	Fréquence de répétition	Club concerné " Wilaya "	Interprétation possible
Lettres Amazigh " Tifinagh "	02	J.S. Kabylie	- Un symbole de l'identité berbère.
		U.S.M. Khenchela	

Tableau n°7 : Logos et formes culturelles

F- Logos et dates historiques

Année de création : dans l'ensemble du corpus, nous avons observé la présence de la date de création dans la composition du logo pour un total de 19/20 des clubs sportifs. Ces clubs sont les suivants : [tous les clubs sauf celui de Sétif]. La mention de la date de création dans le logo peut servir à souligner l'histoire et l'ancienneté du club, ainsi qu'à renforcer son identité et sa légitimité. Cela peut également être perçu comme un moyen pour les clubs de se démarquer et de mettre en valeur leur longévité et leur expérience dans le domaine sportif.

❖ Voici le tableau synthétisant les éléments présents dans les logos étudiés :

<i>Eléments</i>	<i>Eléments partitifs</i>
<i>Animaux</i>	Lion, tigre, scorpion, aigle, loup, cheval, gazelle
<i>Arbres</i>	Pin, palmier, herbe
<i>Formes architecturales</i>	Maqam el-Chahid, coupole, monument historique (Château fort)
<i>Objets symboliques</i>	Drapeau, couronne, étoile, Gouvernail, bateau, drapeau Ottmanique, ballon de football

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

<i>Formes culturels</i>	Lettres Amazigh « Tifinagh »
<i>Historisation</i>	Dates historiques (date de création)

Tableau n°8 : Synthèse d'éléments sportifs mis en signe

Analyse des logos de clubs sportifs algériens

2.4 Les clubs sportifs algériens

Avant d'entamer l'analyse des slogans des clubs algériens, il est nécessaire de commencer par un aperçu historique de ces clubs. Cette contextualisation historique nous permettra d'établir un contexte significatif pour l'analyse des logos. Il nous aidera à comprendre les influences et les inspirations derrière la conception des logos, ainsi que les valeurs et les identités que les clubs cherchent à véhiculer à travers ces symboles visuels.

Logos	Aperçu historique
	<p>L'Union Sportive de Biskra, (US Biskra ou USB) est un club de football algérien établi à Biskra en 1934. C'est le premier club de la région du sud de l'Algérie à avoir participé à la Division 1, mais cela n'a duré qu'une saison (2005-2006), suite à leur victoire en championnat de Division 2 lors de la saison 2004-2005.</p>
	<p>Le Chabab Riadhi de Beni-Thour (CR Beni-Thour ou CRBT) est un club de football algérien fondé en 1990 dans le quartier populaire de Beni-Thour à Ouargla. Après avoir remporté le championnat de la wilaya dès sa première saison, le club a changé de nom pour devenir le Mouloudia Club d'Ouargla (MCO). Par la suite, l'équipe a évolué en deuxième division algérienne sous le nom de MC Ouargla.</p>
	<p>Le Club sportif constantinois (CS Constantine ou CSC) est un club omnisports algérien basé à Constantine. Sa section la plus renommée est celle de football, et il évolue en Ligue 1 depuis la saison 2011-2012. Le club a remporté deux titres de champion d'Algérie et détient le record de six titres de la Ligue 2. Il est considéré comme l'un des dix meilleurs clubs de football de l'histoire de l'Algérie.</p>
	<p>L'Union Sportive Madinat Bel Abbès (USM Bel Abbès ou USMBA) est un club sportif algérien, principalement connu pour sa section de football. Fondé en 1933, le club est basé dans la Wilaya de Sidi Bel Abbès, en Algérie. L'USM Bel Abbès a connu des périodes de succès dans le football algérien, avec des participations en première division. Actuellement, le club évolue dans la troisième ligue du football algérien.</p>

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

	<p>Le Mouloudia Club d'Alger (MCA) est un club sportif algérien fondé le 7 août 1921 et basé à Alger. Sa section de football est particulièrement célèbre. Le MCA a connu un succès remarquable, notamment en réalisant le triplé en 1976 et en devenant la première équipe algérienne à remporter un titre continental.</p>
	<p>L'Union Sportive Madinat Alger (USM Alger) est un club de football algérien basé dans la ville d'Alger. Fondé en 1937, le club est l'un des plus célèbres et des plus titrés du pays. Il a remporté de nombreux championnats nationaux et a également eu des succès sur la scène continentale, notamment en remportant la Ligue des champions de la CAF à plusieurs reprises. L'USM Alger est connu pour sa base de supporters passionnés et son histoire riche dans le football algérien.</p>
	<p>L'Union sportive Madinat Annaba (USM Annaba) est un club de football algérien basé dans la ville d'Annaba. Fondé en 1983, le club a connu des périodes de succès et a participé à plusieurs saisons dans le championnat algérien. Actuellement, le club évolue en deuxième division du championnat algérien (Ligue 2).</p>
	<p>Le Chabab Riadhi de Belouizdad (CR Belouizdad), également connu sous le nom de Chabab Belouizdad ou CRB, est un club de football algérien basé à Alger. Fondé en 1962, le club a connu de nombreux succès dans le football algérien. Il a remporté plusieurs championnats nationaux, dont le dernier en 2020-2021, ainsi que des coupes nationales. Le CR Belouizdad est réputé pour son style de jeu offensif et son fervent soutien de la part de ses fans.</p>
	<p>L'Association Sportive de Aïn M'lila (AS Aïn M'lila) est un club sportif algérien basé à Aïn M'lila, dans la wilaya d'Oum El Bouaghi. Fondé en 1945, le club est principalement connu pour sa section de football. L'AS Aïn M'lila a évolué dans différentes divisions du football algérien au fil des années. Le club a connu des succès notables, notamment en remportant la Coupe d'Algérie lors de la saison 1990-1991.</p>

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

	<p>La Jeunesse Sportive de la Saoura (JS Saoura) est un club de football algérien basé à Béchar, dans la région de la Saoura. Fondé en 2008, le club est connu pour ses performances remarquables ces dernières années. La J.S. Saoura a rapidement connu le succès en gravissant les échelons du football algérien. En 2014, le club a remporté le championnat de la Ligue 2 algérienne et a ainsi accédé à la première division, la Ligue 1.</p>
	<p>L'Union Sportive du Souf (U.S Souf ou U.S.S) est un club de football algérien fondé en 1967 et basé dans la ville d'El Oued. Le nom du club est inspiré de la région d'El Oued, communément appelée El Oued Souf, qui se trouve dans le sud-est de l'Algérie et est réputée pour son environnement saharien. L'U.S.S. a réussi à accéder à la Ligue 1 en mai 2023 après avoir évolué dans les divisions régionales.</p>
	<p>Le Nedjm Chabab Magra (NC Magra) est un club de football algérien fondé en 1998 et basé à Magra, dans la Wilaya de M'Sila. En 2004, le club a atteint les demi-finales de la Coupe d'Algérie, mais a été éliminé par la JS Kabylie. En 2018, le NC Magra a accédé à la Ligue 2 algérienne, puis a réalisé l'exploit d'accéder à la Ligue 1 l'année suivante, marquant ainsi un moment important dans son histoire.</p>
	<p>L'Entente Sportive Sétifienne (ESS) est un club de football algérien basé à Sétif. Fondé en 1958, le club est l'un des plus titrés d'Algérie. Il a remporté plusieurs championnats nationaux, coupes d'Algérie et compétitions continentales. L'ESS est connue pour sa forte base de supporters et son équipe compétitive. Le club joue ses matchs à domicile au Stade 8 Mai 1945 et est considéré comme l'un des meilleurs clubs de football en Algérie.</p>
	<p>Le Nadi Riadhi Baladiyat Tougourt (NRB Tougourt) est un club de football algérien qui a été fondé en 1936 et qui est basé dans la wilaya de Tougourt. Au cours de son histoire, le club a évolué dans la deuxième division algérienne et il évolue actuellement au niveau de la Division Nationale Amateur.</p>

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

	<p>Le Chabab Ahly Bordj Bou Arreridj (CABBA) est un club de football algérien basé à Bordj Bou Arreridj. Fondé en 1962, le club a connu plusieurs succès tout au long de son histoire. Il a notamment remporté le championnat de la Ligue 2 algérienne à plusieurs reprises, lui permettant d'accéder à l'élite du football national, la Ligue 1.</p>
	<p>L'Union Sportive Madinat Khenchela (USMK) est un club de football algérien fondé en 1943 et basé dans la ville de Khenchela. L'USMK a évolué pendant plusieurs saisons au sein de la deuxième division algérienne avant de parvenir à accéder à la première division dans les années 70.</p>
	<p>Le Mouloudia Club El Bayedh (MCEB) est un club algérien de football fondé en 1936 et basé dans la ville d'El Bayedh. Le club a évolué dans le championnat d'Algérie de 2e division.</p>
	<p>La Jeunesse sportive de Kabylie, plus couramment appelée JS Kabylie ou simplement JSK, est un club de football algérien basé à Tizi-Ouzou en Kabylie. Fondé en 1946, le club est l'un des plus titrés d'Algérie, avec notamment plusieurs championnats nationaux et coupes d'Algérie à son palmarès.</p>
	<p>L'Union Sportive Madinat Blida, plus couramment abrégé en USM Blida, est un club de football algérien basé dans la ville de Blida. Fondé en 1932, le club a connu des succès importants au cours de son histoire. Il a remporté plusieurs championnats et coupes nationales, notamment la Coupe d'Algérie à plusieurs reprises.</p>
	<p>Le Mouloudia Sportif Populaire de Batna (MSP Batna) est un club de football algérien fondé en 1962 et basé dans la ville de Batna. Actuellement, le club évolue en Division Nationale Amateur (DNA). Le MSPB a participé aux deux premières saisons du championnat algérien après l'indépendance, en 1964-1965 et 1965-1966, avant de quitter la première division. Cependant, en 2008-2009, le club a réussi à rejoindre à nouveau l'élite du football algérien en accédant à la première division.</p>

Tableau n°9 : présentation des clubs algériens (aperçu historique)

2.5 Logos et éléments significants

2.5.1 Logo : signe d'un club sportif

Le logo d'un club sportif est bien plus qu'une simple image, c'est un symbole puissant qui représente l'identité, les valeurs et l'esprit de l'équipe. Il est conçu pour être instantanément reconnaissable et se distinguer des autres logos.

Un bon logo de club sportif capture l'énergie et la passion associées au sport pratiqué. Il peut prendre la forme d'un emblème, d'un blason ou même d'un animal représentatif. Les couleurs utilisées dans le logo sont souvent celles de l'équipe, et elles transmettent un sentiment d'appartenance et de fierté. La typographie choisie pour le nom du club peut renforcer l'image de dynamisme et de force. Elle peut être audacieuse, stylisée ou même incorporer des éléments graphiques qui évoquent le mouvement. Le logo est utilisé sur les maillots, les drapeaux, les écharpes et autres produits dérivés, ce qui renforce le sentiment d'appartenance des supporters. Il devient ainsi un symbole fédérateur qui rassemble les fans autour de leur équipe.

En résumé, le logo d'un club sportif est un symbole visuel qui incarne l'identité, les valeurs et l'esprit de l'équipe. Il est conçu pour être reconnaissable et transmettre l'énergie et la passion associées au sport pratiqué. Il renforce le sentiment d'appartenance des supporters et devient un symbole fédérateur pour l'équipe et sa communauté de fans.

La conception d'un logo de club sportif repose sur la mise en valeur de certains éléments essentiels tels que le nom du club, le choix d'une typographie particulière, l'utilisation d'un symbole distinctif et l'adoption de couleurs spécifiques. L'ensemble de ces éléments contribue à créer une image unique et représentative de l'identité du club. Ainsi, la création graphique du logo revêt une grande importance dans la symbolisation d'un lieu de sport. Pour illustrer ce concept, prenons les exemples suivants :

Le logo du club Jeunesse Sportive de Kabylie (J.S.K) représente une identité spécifique par la présence de ces éléments significatifs :

- **Les couleurs du logo :** le choix de ces couleurs est étymologiquement motivé. Étant basée à Tizi-Ouzou, qui signifie "col des genêts" en berbère, le club a opté pour le jaune et le vert pour symboliser la fleur de genêt, avec sa couleur jaune caractéristique et sa tige verte. Ces couleurs sont



Analyse des logos de clubs sportifs algérien

un hommage à l'origine géographique du club et reflètent son identité. Le jaune et le vert sont présents dans le logo et les équipements du club, permettant ainsi de le reconnaître facilement et de renforcer son sentiment d'appartenance à la région kabyle.

- **Lettres en Tifinagh :** pour indique son fort affirmation à ses origines Tamazight. Son blason est caractérisé par des glyphes verts inscrits dans un rectangle vert. Les glyphes représentent des lettres en caractères tifinagh, qui font partie de l'alphabet Tamazight. (I=J, ⊙= S, ⵓ= K JSK). Ce choix symbolique met en avant l'attachement de la JSK à ses racines berbères et contribue à renforcer son identité culturelle au sein du club.
- **Symbole Amazigh :** ⵓ. Ce symbole, connu sous le nom de "Yaz", représente la lettre Z dans l'alphabet Tamazight. Pour les Amazigh, cette lettre est hautement symbolique, car elle représente l'idée de liberté et d'identité Tamazight (berbère). Cela témoigne de l'attachement du club à sa culture et à son identité berbère.
- **Les étoiles :** De nombreuses équipes de football à travers le monde choisissent d'arborez des étoiles sur leur maillot, et la JSK ne fait pas exception à la règle. Les maillots de la JSK sont ornés de 7 étoiles, chacune représentant une victoire significative du club en compétition africaine. Ces étoiles sont un symbole de fierté et de réussite pour la JS Kabylie, soulignant son parcours remarquable et son statut de club.

Dans le logo du Chabab Riadhi Beni-Thour (CRB), le vert, la gazelle et l'étoile ont une signification particulière :

- **La couleur verte :** le vert est souvent associé à la nature, dans le contexte du CRB, la couleur verte peut représenter la jeunesse, la fraîcheur et l'énergie des joueurs.
- **La gazelle :** La gazelle est un animal agile, rapide et gracieux. Dans le logo du CRB, la présence de la gazelle représente la vitesse, l'agilité et la technique des joueurs sur le terrain. Elle peut symboliser la détermination et l'effort du club pour atteindre ses objectifs sportifs.
- **L'étoile :** symboliser les réalisations passées du club, tels que les titres remportés ou les performances exceptionnelles. Elle peut également incarner les aspirations du club à briller et à atteindre l'excellence dans ses compétitions.

Ces éléments combinés dans le logo du CRBT créent une identité visuelle distinctive et transmettent des messages de vitalité, de détermination et de succès.



Analyse des logos de clubs sportifs algérien

2.5.2 Les couleurs

Les couleurs utilisées dans les logos ne sont pas choisies au hasard, elles jouent un rôle très important dans la transmission du message et l'image projetée par le club. La sélection des couleurs dans les logos est basée sur divers critères qui dépendent de facteurs tels que l'espace, la culture et d'autres considérations spécifiques, afin de transmettre efficacement son identité et ses valeurs.

A travers notre étude, nous avons remarqué la présence de plusieurs couleurs tels que (noir, blanc, jaune, rouge, vert et le bleu). Le tableau suivant résume tous les résultats en matière de couleur :

Couleur	Signification
Verte	10 Clubs : <ul style="list-style-type: none">- Utilisée pour représenter l'énergie, la passion et l'esprit d'équipe.- Évoquer l'attachement à l'environnement et à la région d'origine du club.- Pour faire un signe au drapeau algérien.
Rouge	07 Clubs : <ul style="list-style-type: none">- Pour symboliser la passion et le courage.- Pour représenter la fierté, l'intensité et la combativité.- Pour faire un signe au drapeau algérien.
Blanc	20 Clubs : (tous les logos de corpus) <ul style="list-style-type: none">- Symboliser l'équité, l'esprit sportif et l'honnêteté.- Pour signifier et désigner le message de la paix.- Pour faire un signe au drapeau algérien.
Jaune	08 Clubs : <ul style="list-style-type: none">- Évoquer la lumière, la luminosité et la créativité.- Le jaune est une couleur vive qui attire l'attention et qui donne une impression de dynamisme et de mouvement.- Représenter la vitalité et la jeunesse.- Représenter un lieu (ville) comme le cas de Tizi-Ouzou (J.S.K).
Noir	11 Clubs : <ul style="list-style-type: none">- Référence à un habit traditionnel qui manifeste la ville du club (cas de Sétif « le Mlaya Sétifienne »).- Pour désigner la simplicité et la rigueur.
Bleu	04 Clubs : <ul style="list-style-type: none">- Pour signifier l'horizon.

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

	<ul style="list-style-type: none"> - Evoquer la loyauté, l'harmonie et le professionnalisme. - Représenter la stabilité et l'intégrité du club. - Significatif de l'ancienneté (le drapeau Ottmanique dans le logo de l' USMA)
--	--

Tableau n°10 : les couleurs et leurs significations

2.5.3 La forme et l'évocation

Les concepteurs de logos accordent une grande importance à la transmission d'un message symbolique à travers le choix de la forme du logo. Chaque forme possède une signification symbolique qui contribue à exprimer un concept spécifique. Le processus de création d'un logo implique une réflexion approfondie pour sélectionner la forme qui véhicule le message souhaité de manière claire et efficace.

Dans notre étude, nous avons minutieusement analysé les différentes formes présentes dans notre corpus de logos. Nous avons examiné comment ces formes se combinent et s'associent pour renforcer le sens et la signification des logos. Cette analyse nous a permis de justifier le choix de chaque forme et de mettre en évidence les motifs récurrents qui se dégagent de notre corpus. En somme, les concepteurs de logos investissent une réflexion approfondie et méticuleuse pour choisir les formes qui représenteront de manière efficace le message symbolique souhaité. Cette démarche vise à créer un logo significatif et mémorable, en adéquation avec l'identité et les valeurs du club ou de l'association qu'il représente.

<i>Formes</i>	<i>L'objectif du choix de cette forme</i>
Circulaire	La forme circulaire dans un logo symbolise l'unité. Cette forme représente la collaboration harmonieuse et l'échange d'idées au sein de l'organisation. Elle reflète également l'importance de la cohésion et de la communication dans la réalisation des objectifs communs.
Les animaux	Les animaux peuvent être choisis en fonction de leur symbolisme ou de leurs caractéristiques spécifiques qui correspondent aux valeurs et à l'identité de club , aussi pour représenter certains aspects ou symboles associés à tels et tels ville.
Monument	La représentation avec les monuments historiques reflète le

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

historique	patrimoine de la ville du club.
Les abréviations	Pour indiquer le nom du club.
Les arbres	Désigne la ville (la région) où se trouve le club.
Les chiffres	Indique la date de création du club.

Tableau n°11 :la forme et l'évocation

2.5.4 La disposition des éléments dans l'espace logo

En analysant la disposition des éléments dans les logos, nous avons constaté que la plupart des clubs choisissent des logos qui représentent à la fois leur emplacement géographique et leur identité culturelle. Ces logos intègrent des symboles qui symbolisent la ville d'origine du club.

Les éléments visuels choisis entretiennent des relations et partagent l'espace pour créer une signification claire et cohérente. Le choix réfléchi des éléments visuels permet de transmettre efficacement le message et de renforcer l'identité et l'image du club.

- ❖ Comme par exemple : la présence du palmier dans les logos de Biskra, Touggourt. Pour évoquer la spécificité du lieu régions des oasis.



- ❖ La même chose pour le club de Souf qui contient des coupoles pour indiquer la spécificité de la région de El-Oued (ville de mille et une coupole).



- ❖ Aussi pour le club de Belouizdad : Maqam El-Chahid qui symbolise la ville d'Alger (le capitale).



2.6 Logo et langue nationale où étrangère ?

La diversité linguistique en Algérie reflète son statut de pays plurilingue plutôt que bilingue. Les langues utilisées peuvent être divisées en deux grandes catégories : les langues nationales, telles que l'arabe et le tamazight (berbère), et les langues étrangères, héritées de l'époque coloniale. L'arabe est la langue officielle du pays et est utilisée dans les domaines administratifs, juridiques et éducatifs. A partir de l'année 2002, Le tamazight est également reconnu en tant que langue nationale et est principalement parlé en Kabylie et dans certaines régions du pays.

En ce qui concerne les langues étrangères, le français occupe une place prédominante en raison de l'héritage colonial. Il est largement utilisé. Cette diversité linguistique en Algérie reflète la richesse culturelle et historique du pays. Les langues nationales témoignent de l'identité et de la diversité des peuples et des cultures présentes en Algérie, tandis que les langues étrangères sont le fruit des influences coloniales et des échanges internationaux.

Cette diversité s'est marqué dans les logos des clubs sportifs, tous les clubs utilisent l'un des langues nationales avec le français.

2.7 logo et code

Certains logos font usage de deux ou plusieurs langues, ce qu'on appelle le bi-codage en l'utilisant pour garantir que le logo soit lisible et identifiable à l'échelle internationale.

Le processus de codage implique une compréhension mutuelle entre les rédacteurs et les lecteurs.

Dans notre analyse, nous avons observé que chaque club a choisi une langue qui représente à la fois sa ville et sa culture, ou simplement pour rendre son logo plus accessible et compréhensible.

Voici les données recueillies concernant l'utilisation des langues dans les logos des clubs sportifs algériens :

- Dix (10) clubs utilisent la langue nationale (l'arabe) en combinaison avec une langue étrangère (français).
- Huit (08) établissements utilisent la langue étrangère (français) seulement.
- Deux (02) clubs utilisent la langue nationale (amazigh) en combinaison avec une langue étrangère (français).

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

Le tableau suivant montre les utilisations des langues :

Arabe- Français	Français	Tamazight -Français
		
		
		
		
		
		

Analyse des logos de clubs sportifs algérien

		/
		/
	/	/
	/	/

Tableau n°12 : Logo et code(s)

Récapitulation

AR-FR	FR	AMZ-FR
10/20	08/20	02 /20

Tableau n°13 : Logo et code(s)

Conclusion

À la fin de notre analyse, il est évident que chaque composant du logo (forme, couleur, graphisme, texte, symbole, etc.) joue un rôle essentiel dans la transmission du message souhaité par le concepteur. Chaque choix est délibéré et contribue à créer une identité visuelle distinctive et significative pour l'association ou le club représenté. Les différents éléments du logo se combinent pour véhiculer un sens spécifique, qu'il s'agisse de représenter l'identité culturelle, l'histoire, les valeurs, l'appartenance géographique ou toute autre caractéristique importante pour l'entité concernée. Ainsi, l'analyse approfondie de chaque composant du logo permet de mieux comprendre le message global qu'il cherche à transmettre.

Conclusion générale

En nous basant sur l'approche sémiotique qui étudie les signes et leur impact dans la vie sociale, nous avons centré notre analyse sur les logos des clubs sportifs algériens. Notre objectif était d'examiner les données empiriques pour comprendre le fonctionnement, le rôle et les messages véhiculés à travers les éléments écrits, iconiques et emblématiques des logos dans un contexte spécifique. Ainsi, nous avons cherché à approfondir notre compréhension de la nature des logos des clubs sportifs algériens, en explorant les techniques utilisées et en examinant leur signification dans la vie sociale.

Notre recherche s'est focalisée sur l'analyse sémiotique d'un corpus de vingt (20) logos, spécifiquement ceux des clubs sportifs algériens. Notre objectif principal était de répondre aux questions soulevées dans notre problématique, en mettant particulièrement l'accent sur la représentation de l'identité visuelle de ces clubs. À travers notre étude, nous avons cherché à approfondir notre compréhension de la signification et du rôle des signes présents dans ces logos, afin de mieux appréhender comment ils contribuent à la construction de l'identité visuelle des clubs sportifs algériens.

Au cours de notre recherche, nous avons adopté différentes approches méthodologiques (descriptive/ analytique) pour démontrer et prouver que la présence des logos des clubs sportifs algériens se caractérise par un mode de fonctionnement et une signification particulière. Les divers signes présents dans ces logos, tels que les formes, les couleurs, les textes et les symboles, interagissent de manière complémentaire, Chaque signe contribue à la signification globale en apportant sa propre nuance de sens.

Le logo, en tant que forme visuelle destinée à être perçue, joue un rôle essentiel dans l'attribution d'une identité visuelle au club. Il met en valeur plusieurs éléments d'information, ancrant ainsi les dimensions historiques, culturelles, régionales propres au club. L'ensemble de ces éléments se combine pour créer une identité visuelle distincte qui reflète l'essence du club et communique efficacement avec le public.

La catégorisation des éléments partitifs présents dans chaque logo nous a permis de mieux comprendre le fonctionnement du logo :

- **La forme** choisie pour le logo d'un club sportif joue un rôle essentiel dans sa reconnaissance. Elle transmet des significations expressives et symboliques qui facilitent leur identification ; de plus, la disposition des éléments constitutifs du logo est également cruciale pour sa reconnaissance. Nous avons observé que la plupart des clubs optent pour un logo qui représente à la fois

leur lieu d'origine et leur identité culturelle. Les différents éléments du logo interagissent entre eux pour créer une harmonie visuelle contribue à la signification globale du logo.

- **Les couleurs utilisées** dans le logo d'un club sportif sont porteuses de sens et jouent un rôle essentiel dans la communication visuelle. Chaque couleur choisie n'est pas le fruit du hasard, mais est déterminée en fonction de l'image que le club souhaite transmettre à son public. Elle reflète l'identité, les valeurs et les aspirations du club, tout en tenant compte de l'espace géographique et de la culture qui l'entoure. En somme, le choix des couleurs dans un logo de club sportif est essentiel pour transmettre le message désiré et susciter l'identification et l'adhésion du public.
- **La langue d'écriture** joue un rôle important dans la conception du logo, car elle représente l'identité linguistique de l'association et met en évidence la diversité linguistique en Algérie. En choisissant la langue appropriée, le logo devient lisible et identifiable lors de sa réception par le public. Cela souligne l'idée que l'Algérie est un pays plurilingue, où plusieurs langues coexistent. Ainsi, le choix de la langue dans le logo contribue à sa communicabilité et à sa compréhension, permettant au message du club d'être transmis de manière claire et efficace.
- D'autres éléments tels que l'année de création ont également marqué leur présence dans la composition du logo. L'inclusion de cette dernière vise à souligner l'histoire du club et de le situer dans le temps et de mettre en valeur son héritage. Les différents symboles représentent des valeurs, des traits distinctifs et des caractéristiques spécifiques du club ou de la région qu'il représente. Les symboles ajoutent une dimension visuelle et symbolique supplémentaire au logo, renforçant son message et sa signification.

En somme, l'analyse des logos des clubs sportifs algériens à travers une approche sémiotique nous a permis de mieux comprendre leur nature, leur fonctionnement et leur impact en tant que moyens de communication visuelle. Ces logos jouent un rôle crucial dans la représentation des clubs et dans la création d'une connexion émotionnelle avec le public. Ils sont des symboles puissants de l'identité et des valeurs des clubs sportifs algériens, contribuant ainsi à renforcer leur image et leur reconnaissance tant au niveau national qu'international.

En effet, il est important de souligner que les logos des clubs sportifs algériens sont souvent unifiés par la présence des couleurs du drapeau national dans leurs conceptions. Ces couleurs, à savoir le vert, le blanc et le rouge, sont largement utilisées pour symboliser l'identité nationale et patriotique. En intégrant ces couleurs dans leurs logos, les clubs sportifs algériens cherchent à afficher leur attachement à leur pays et à représenter fièrement leur appartenance à la nation. Cette pratique renforce également l'identification des supporters avec leur équipe favorite et crée un sentiment d'unité et de solidarité autour du sport national.

En conclusion, il est important de reconnaître que notre recherche sur les logos des clubs sportifs algériens n'a pas épuisé tous les aspects de ce sujet. Il reste encore de nombreuses opportunités d'exploration, notamment en utilisant d'autres approches linguistiques et en élargissant notre étude à d'autres domaines tels que les logos des chaînes de télévision ou des entreprises commerciales. Nous espérons que notre recherche a pu contribuer à faire avancer certaines interrogations dans ce domaine et à ouvrir de nouvelles perspectives de réflexion. Il reste encore beaucoup à découvrir et à explorer dans le domaine des logos, et nous encourageons les chercheurs à poursuivre ces travaux passionnants qui offrent des opportunités riches et variées.

Bibliographiques

Ouvrages :

- Chehad S, *Cours de sémiologie générale*, Midad Université Presse, Constantine, 2007.
- Ducrot & Schaeffer, *Nouveau Dictionnaire Encyclopédique des Sciences du Langage*, éd. Seuil, Paris, 1995.
- Saussure F. De, *Cours de linguistique générale*, Payot, Paris, 1976.
- Hjelmslev L, *Prolégomènes à une théorie du langage*, Ed. Minuit, Paris, 1968.
- Joly M, *Introduction à l'analyse de l'image*, Editions Nathan, Paris, 1993.
- Libaert T et Westphalen M.H, *La communication externe des entreprises 4^e édition*, Paris, 2018.
- Peirce Ch. S, *Écrits sur le signe*. Seuil, Paris, 1978. (Coll. « L'ordre philosophique »). Rassemblés, traduits et commentés par Gérard Deledalle.
- Peirce Ch. S. *Textes fondamentaux de sémiotique*, Traduction de Berthe Fouchier-Axelsen et Clara Foz, Klincksieck, Paris, 1987.
- Eco U, *Le signe*, Labor, Bruxelles, 1988, p.31

Articles :

- Barthes R, *Élément de sémiologie*. In : *Communications*, 4,1964. Recherches sémiologiques, pp. 105-106.
- Dostoïevski. B K, le dessin comme écriture. In : *Genesis (Manuscrits-Recherche-Invention)*, numéro 17, 2001. pp. 113-130.
- Savan D. *La sémiotique de Charles S. Peirce*. In : *Langages*, 14^e année, n°58, 1980. pp. 9-23.

Thèses et mémoires :

- Ferhat S, (2019). Pour une analyse sémiotique de la signature, structure d'un signe et éléments de signification. Thèse de doctorat, Université Kasdi Merbah –Ouargla, 2019.
- Boulifa S, (2020). Pour une analyse sémiotique des logos des établissements universitaires algériens. Mémoire de master, Université Kasdi Merbah – Ouargla.

Dictionnaires :

- Dictionnaire Larousse disponible : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/>
- Dictionnaire Le Petit Larousse Illustré, France, 2007.
- Dictionnaire Hachette. Ed 2008.
- Dictionnaire Le Petit Larousse Illustré, France, 2007.

Copie de cours :

- Abadi D. *Sémiologie de l'image*, Cours de deuxième année master (science du langage), université d'Ouargla.

Sitographie :

- <http://archives.umc.edu.dz/handle/123456789/111313>.
- <http://www.universalis.fr/encyclopedie/cours-de-linguistique-generale/>.
- <http://www.xn--logo-cration-heb.fr/blog/les-7-categories-types-de-logos/>.
- <http://e-classroom.over-blog.com/le-logotype>
- <https://99designs.fr/blog/conseils-design/types-de-logos/>.
- <https://www.creads.fr/blog/actualite/signification-couleurs-logo>.
- <https://www.guslab.com/graphisme/un-logo-cest-quoi-au-juste>.

Annexes

I. Corpus : Logos des clubs sportifs algériens



II. Index des graphiques :

- Graphique 01 : les couleurs utilisées.
- Graphique 02 : les langues utilisées.
- Graphique 03 : Logos et natures de dénomination

III. Index des tableaux :

- Tableau n°1 - Les deux grands courants sémiotiques.
- Tableau n°2 : Formes de représentation des logos.
- Tableau n°3 : Logos et signes d'animaux.
- Tableau n°4 : Logos et signes d'arbres.
- Tableau n°5 : Logos et formes architecturales.
- Tableau n°6 : Logos et objets symboliques.
- Tableau n°7 : Logos et formes culturels.
- Tableau n°8 : Synthèse d'éléments partitifs mis en signe.
- Tableau n°9 : présentation des clubs algériens (aperçu historique).
- Tableau n°10 : les couleurs et leurs significations.
- Tableau n°11 : la forme et l'évocation.
- Tableau n°12 : Logo et code(s).
- Tableau n°13 : Logo et code(s).

Résumé :

Cette recherche a pour objet d'étude l'analyse des logos des clubs sportifs algériens et leur signification. Elle explore les éléments constitutifs des logos en tant que signifiants et met en évidence les références qui y sont présentes. Les différents éléments visuels du logo entretiennent une relation associative et contribuent à la construction du sens. Ils peuvent être d'ordre culturel, historique, local, etc. Cette analyse sémiotique vise à expliquer le fonctionnement de ce type de signe, qui repose sur la graphie, le dessin, la couleur, la forme et l'objet ancrés dans une forme d'identification et de communication visuelle. Les résultats de cette recherche ont montré que le logo constitue une empreinte identitaire du club et contribue à peindre l'environnement socioculturel dans lequel il a été conçu et dans lequel il continue à évoluer.

Mots clés : logo, club sportif, Contexte algérien, signe.

Abstract:

This study focuses on the analysis of logos representing Algerian sports clubs and their significance. It examines the constituent elements of logos as signifiers and highlights the references embedded within them. The various visual elements of the logo establish associative relationships and contribute to the construction of meaning. These elements may have cultural, historical, local, or other connotations. This semiotic analysis aims to explain the functioning of this type of sign, which relies on typography, drawing, color, shape, and object anchored in a form of visual identification and communication. The results of this research showed that the logo constitutes an identity imprint of the club and contributes to painting the socio-cultural environment in which it was designed and in which it continues to evolve.

Keywords: logo, sports club, Algerian context, sign.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل شعارات الأندية الرياضية الجزائرية ومعرفة معانيها من خلال استكشاف العناصر المكونة لها، والتي تربطها علاقة متكاملة تساهم في بناء المعنى المنشود من هذا الشعار، كما يمكن لهذه العناصر أن ترتبط بعدة جوانب منها الثقافي، التاريخي وحتى المكاني للنادي. الهدف من هذا التحليل السيميائي هو شرح أداء هذا النوع من الإشارات والتي تعتمد في إيصال رسالتها على اللغة المستعملة، الألوان، الشكل المميز وحتى العناصر المدججة داخل الشعار في حد ذاته. توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن الشعار يشكل بصمة وهوية بصرية للنادي، كما يساهم في رسم بيئته الثقافية وحتى الاجتماعية التي صمم فيها والتي يستمر تطوره فيها.

الكلمات المفتاحية: شعار، نادي رياضي، الوسط الجزائري، رمز.