

# Modaes

Back Stage

## El lujo viene de París: el 42% de las marcas utiliza en su logotipo el nombre de la ciudad

El 80% de los logotipos del lujo son monocromos y el 62% de ellos utiliza el color negro, según el estudio *Luxe à la française: Tendances des logos 2016*.

Modaes  
11 jul 2016 - 13:49

Saint Laurent  
Image not found or type unknown

¿Cómo son los logotipos de las marcas de lujo? Monocromos, en negro, tipográficos, con serif y con la referencia de París son algunas de las características que comparten la mayoría de los logotipos del lujo, según el estudio *Luxe à la française: Tendances des logos 2016*, desarrollado por la agencia francesa Creads a partir del estudio de cincuenta logos.

Del informe se desprende que en el 62% de los casos el negro es el color elegido. Le siguen de lejos el dorado, que se da en el 22% de los logotipos analizados; el rojo, en el 7%; el azul, en el 4%, y el gris, en el 3% de los casos. En esta misma línea, el 80% de los logos son en monocolor y el 82% tienen un diseño plano, sin efectos de ningún tipo.

En cuanto a su estructura, el 60% de los logos son simplemente tipográficos (como **Longchamp Paris**); el 27% son ilustrados (como **Hermès**, en el que aparece el dibujo de un carruaje); el 8% son monogramáticos (como **Louis Vuitton**), y el 5% restante, pictográficos (como **Dom Pérignon**). En este sentido, los autores subrayan que la tendencia al monogram de años atrás (que también utiliza **Chanel**, por ejemplo) ha quedado en desuso y subraya la evolución de **Yves Saint Laurent** que abandona la superposición de **YSL** al **Saint Laurent Paris** actual.

---

# Modaes

---

## El estudio revela un cambio de tendencia en los logotipos: se abandona el monogram hacia estructuras tipográficas

En el análisis de la tipografía, el estudio arroja que el 55% utiliza tipografías con serif, mientras que el 35% son sin serif, y sólo un 10% son caligráficas. A modo de ejemplo, el estudio muestra cómo **Thierry Mugler** ha dejado atrás un logotipo caligráfico por otro sin serif.

No obstante, y como excepción que rompe la regla, el informe subraya también otros logotipos que se desvinculan del resto por su total singularidad, como los de **Christian Louboutin** o **Jean Paul Gaultier**.