

# Balle au centre de la tourmente

*En 2006, l'Allemagne toute entière vibrera au rythme du football, dont la prochaine Coupe du monde se déroulera sur ses pelouses. Depuis février dernier, les premiers renous du séisme se font ressentir non pas chez les fans impatientes mais parmi les designers mécontents du logo officiel. Esprit de compétition et conscience professionnelle obligent, deux équipes sont sélectionnées et descendent, en toute virtualité, sur le terrain de la création. Compte-rendu des matchs.*

**S**AVEZ-VOUS que le ballon noir et blanc que nous connaissons tous a été dessiné pour permettre aux débats de la TV (eux aussi en noir et blanc) de retransmettre les matchs avec le succès que l'on connaît ? Depuis cette réponse design à un épineux problème factuel, création visuelle et foot semblent condamnés à faire chambre à part. Dévoilé en février 2006, le logo officiel (voir encadré) de l'édition 2006 de la Coupe du monde n'a pas laissé indifférent l'univers du design allemand, pays hôte de l'événement. Atterrée par le projet retenu, estimant sa discipline insultée, la profession réagit en bon sportif et adopte une tactique offensive. Plutôt que de se comporter en *hooligans* vociférants, les initiatives se mettent en place et ripostent au logo par le logo. Estimant la réponse officielle "puérile", le quotidien *Der Spiegel* invite le premier tout un chacun à lui envoyer son logo. A sa suite, Petra Schmidt, rédactrice en chef du magazine design *Form*, s'adresse aux professionnels dans son éditio du numéro 187 et, conjointement au typographe Erik Spiekermann, formule à leur intention un second appel à réaction. Il s'agit pour le magazine de se positionner sur cette création tout en accordant aux studios une tribune pour se prononcer. Sur les 25 réponses reçues, 11 ont été publiées dans le numéro suivant. Depuis la Hollande, KesselsKramer

**Le logo officiel ↗**

Dévoilé en février, trois ans avant la Coupe du monde proprement dite et deux ans après les premières réunions de travail, l'emblème officiel est dû à deux agences : la Londonienne spécialiste du domaine sportif Whitestone, déjà signataire du logo de la Coupe du monde 2002 et prestataire régulière de la Fifa, et Abold, une structure allemande. Le site officiel de la Fifa n'hésite pas à présenter ces "Celebrating Faces Of Football" (appellation contrôlée) comme un "consensus" né après beaucoup de discussions, de tergiversations et de délibérations. L'organisateur précise également qu'il souhaitait donner à l'événement un esprit détendu et joyeux pour lequel une kermesse eût certainement mieux convenu.

<http://www.fifa.com>  
<http://www.whitestone.ac>  
<http://www.abold.de>

ou le Studio Dumber apportent leur point de vue aux côtés de neuf structures allemandes. Dans le même temps, Fons Hickmann et Klaus Hesse réunissent autour du projet "Elf Designer für Deutschland" une *dream team* du design germanique : Uwe Loesch, Cyan... Le 15 mars, 12 autres buts sont aires marqués dans le camp du design. Dans l'ensemble, les projets présentés, destinés à rester virtuels, taillent la solution officielle autant pour sa forme par trop baroque (qui rappellerait les *smileys* des cachets d'ecstasy) que pour sa traduction de l'événement. Retour à l'essentiel, car la dimension spectacle médiatique ; la noblesse du sport est remplacée au centre du terrain. Le vert du gazon est le signe le plus usité et, à sa suite, le ballon évidemment mais aussi le geste sportif, l'éthique du jeu et le sport de tous, plutôt que celui des seules idoles enrichies en sponsors. Les sceptiques diront que ces projets sont inapplicables, car ils le sont sans chercher à ne pas l'être : leurs supporters apprécieraient l'esprit d'équipe et la beauté du geste de ces bons joueurs. ■




**KesselsKramer**  
(é. 199, é. 192)  
L'esprit du jeu et surtout le respect des règles à travers les couleurs de l'Allemagne, qui sont aussi celles du maillot de l'arbitre et de ses cartons.  
[www.kesselskramer.com](http://www.kesselskramer.com)



**Nulleins**  
Une fonte Din en référence à l'Allemagne et un logo ballon embrasé par la passion.  
[www.nulleins.de](http://www.nulleins.de)

**World Cup 2006 Germany**




**fifa worldcup germany**

**england portugal**

**fifa worldcup germany**

**Daniel Borch**  
Research Studios Berlin  
Émotion et flexibilité.  
[www.researchstudios.com](http://www.researchstudios.com)



**GERMANY 2006**  
©Studio Dumber

**Studio Dumber**  
(é. 190, é. 194)  
La diversité des composantes de l'événement occuménique et, au passage, l'intégration de la photo dans le logo dont, depuis Venise (é. 194), le studio se fait le chantre.  
[www.studiodumber.nl](http://www.studiodumber.nl)

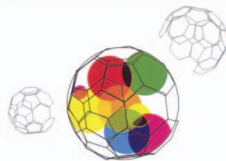
FIFA WORLD CUP  
**GERMANY**  
**2:0**  
**0:6**

5  
 Markus Weisbeck  
 Surface  
 Une solution  
 typographique  
 où le millièmes  
 invite aux paris  
 sur le score.  
[www.surface.de](http://www.surface.de)



WORLD CUP 2006  
 GERMANY

6  
 Peter Schmidt Group  
 Une décomposition  
 de l'action plutôt  
 que sa surexploitation.  
[www.peter-schmidt-group.de](http://www.peter-schmidt-group.de)



FIFA World Cup : Germany 2006

9  
 Darda Designprojekt  
 Interrogation  
 sur les propriétés  
 hallucinatoires  
 du logo officiel.

10  
 Kai Zirz  
 Un logo qui parle  
 à tous, même  
 aux enfants.  
 La sophistication  
 nuirait-elle à la  
 communication ?

kicken 06  
 FIFA WORLD-CUP  
 GERMANY



2006 FIFA WORLD CUP  
 GERMANY

11  
 Nullplus  
 Braunschweig  
 Montrer le but  
 sans montrer  
 le ballon.  
[www.nullplus.de](http://www.nullplus.de)



Germany 2006  
 WORLD CUP



7  
 Till Reubacher/Elgs Design  
 Le stade donne sa forme et sa couleur  
 (rappelant au passage qu'il s'agit  
 d'éléments de base du design?).  
 Couleurs toujours, celles  
 de l'Allemagne et celles du monde  
 se rencontrent sans se heurter.

LES 12 PROJETS SUIVANTS SONT ISSUS DU PROJET "ELF DESIGNER  
 FÜR DEUTSCHLAND" [www.sidesigner.de](http://www.sidesigner.de)

⊙ 2006

8  
 KMS-Team  
 La signalétique du  
 terrain détournée  
 pour créer une  
 identité. Le cercle  
 central dessine le D  
 de Deutschland  
[www.kms-team.de](http://www.kms-team.de)



fifa worldcup  
 deutschland de 2006



1  
 Hesse Design  
 Que se produit-il en vous,  
 si le score est égalisé dans  
 la quatre-vingt-douzième  
 minute ? [...] Si tout va très  
 bien, le football est  
 imprévisible, dramatique et  
 accablant. [...] Notre symbole  
 a un seul but, montrer  
 comment le football  
 est le plus beau : spontané,  
 agile et chaleureux.  
[www.hesse-design.de](http://www.hesse-design.de)

2  
 Nowakteufelknyrim  
 Un logo pour le foot  
 est un logo pour les fans,  
 et un logo pour les fans,  
 un logo pour tous.  
[www.nowakteufelknyrim.de](http://www.nowakteufelknyrim.de)



3

**Die Gestalten**  
Pourquoi le logo officiel doit-il être renvoyé à une mascotte ? S'agit-il de promouvoir le merchandising ou le football ? Die Gestalten choisit le foot et, plutôt que les designers, blâme ceux qui ont signé le cahier des charges.  
www.die-gestalten.de

4

**FIFA WORLD CUP GERMANY**

**06**

**Ade Hauser Lacour**  
Strict d'apparence, ce ballon monochrome (qui varie du noir au jaune) est destiné à s'insérer de façon plus ludique dans les différents supports de communication.  
www.adehauserlacour.de

8

**Cyan a proposé deux projets**  
1. Laissez-nous conquérir le monde avec de vieilles nouvelles images ! Un retour aux recettes, aux formes et aux couleurs simples (le cyan notamment) qui fonctionnent mieux que les rêves de gloire baroques (Cyan rappelle si besoin que toutes ces couleurs mélangées ne donnent que du gris).  
2. Dans une certaine mesure, la fascination pour le football est une fascination pour les figures... Cette marque convient à chaque genre de support et tient compte des besoins des médias animés aussi bien que des mass media. Son origine : les combinaisons de figures des joueurs et des couleurs de leurs pays.  
www.cyan.de

10

**FIFA WORLD CUP GERMANY 2006**

**Factor Dsign**  
Ce dont nous avons besoin (et c'est valide partout dans le monde grâce à la simplicité du football), c'est d'un symbole simple et marquant avec un message unique : ce qui se produit, quand et où il se produit.  
www.factordesign.com

5

**Uwe Loesch (é 58)**  
A un héraldisme de joute moyenâgeuse, Uwe Loesch répond "no logo" et propose un signe qui ne symbolise ni ne truche rien, mais s'avère lisible par tous. Le monde observe le football et le globe, comme substitut religieux ou parabole postmoderne.  
www.uweloesch.de

**FIFA WORLD CUP GERMANY 2006**

6

**Integral Ruedi Baur Zurich**  
Know Idea, Barbara Theis and Martin Armbruster  
Dans un traitement inspiré par la linea d'Oswaldo Cavandoli, ce projet propose une coupe du monde des logos. A partir d'une base définie par le pays organisateur (ici une scène intégrée à un cercle tracé d'une ligne et animé), des illustrateurs des pays en compétition livrent leur interprétation.  
www.integral.ruedi-baur.com  
www.know-idea.de

**FIFA Worldcup 2006 in Germany**

9

**2006 fifa worldcup germany**

11

**FIFA World Cup 2006**

**Monteurs**  
L'émotion à travers une forme blanche, l'ambiance au plus près, sur la pelouse bientôt foulée.  
www.monteurs.de

7

**Büro Uebele**  
En choisissant l'animation, ce projet restitue la beauté chorégraphique des actions footballistiques et permet d'intégrer les musiques des pays en compétition.  
www.uebele.com

**FIFA Worldcup 2006 in Germany**

12

**Fons Hickmann m23**  
Une identité suffisamment forte pour supporter une traduction dans toutes les langues et tous les alphabets. La balle est dans le filet, le but est atteint et l'émotion avec lui.  
www.fonshickmann.com

**FIFA WORLD CUP GERMANY 2006**

13

**FIFA FOOTBALL COUPE DE MONDE ALLEMAGNE 2006**