

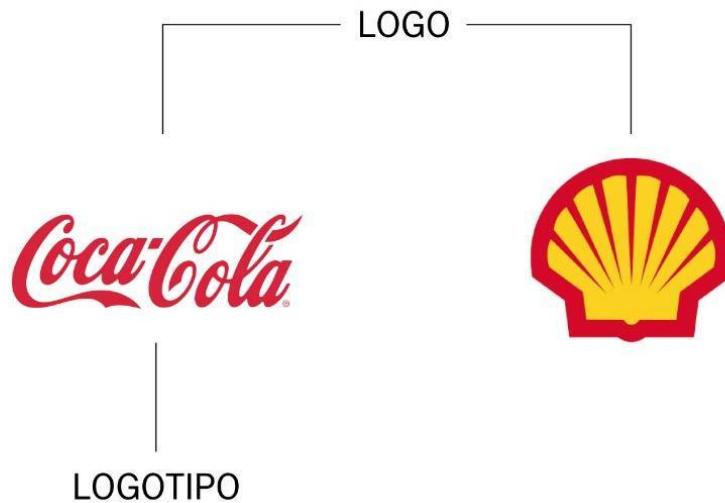
Cos'è un logotipo e cos'è un logo

Da Luciano Cassisi



Sono “logo” e “logotipo” la stessa cosa? Da dove vengono queste parole e a cosa si riferiscono oggi?

Di seguito vediamo due marchi. Il pubblico comune si riferisce a entrambi questi segni con la parola “logo”. Tuttavia, i professionisti sanno che solo uno di essi è un logotipo: quello di Coca-Cola. Perché il simbolo di Shell non è un logotipo.



Ma la parola “logo” non è una sorta di diminutivo di “logotipo”? Sì e no. Il problema che abbiamo con le parole nel branding è che si affermano attraverso l’uso, e questo, a volte, va contro l’origine etimologica e anche contro la precisione tecnica. Da dove viene la parola logotipo?

Origine etimologica di “logotipo”

Logotipo è una parola composta da altre due di origine greca: *logos* e *typos*. *Logos* ha diversi significati, ma in latino è stato tradotto come “verbo” o “parola”. *Typos* ha anch’esso vari significati, abbastanza compatibili con il senso che diamo a questa parola nell’ambito del design. Un logotipo sarebbe una “parola-stampa” o una “parola-stampo” o una “parola-marchio”. E chi ha inventato questa parola?

Con l’invenzione della stampa a caratteri mobili, gli stampatori iniziarono a notare che c’erano relazioni tra le lettere che potevano essere migliorate creando legature speciali. Così inventarono caratteri mobili speciali che, invece di contenere una singola lettera, un singolo carattere, potevano contenere due o più lettere, persino parole intere di uso frequente.

$AE \rightarrow \mathcal{A}E$	$ij \rightarrow \mathring{i}\mathring{j}$
$ae \rightarrow \mathcal{a}e$	$st \rightarrow \mathring{s}\mathring{t}$
$OE \rightarrow \mathcal{O}E$	$ft \rightarrow \mathring{f}\mathring{t}$
$oe \rightarrow \mathcal{o}e$	$et \rightarrow \mathcal{&}$
$ff \rightarrow \mathcal{f}f$	$fs \rightarrow \beta$
$fi \rightarrow \mathcal{f}i$	$ffi \rightarrow \mathcal{f}fi$



Raffinatezza tipografica attraverso legature speciali per combinazioni di lettere di uso frequente in ogni lingua (a sinistra). "Logotipo", o carattere mobile con più di una lettera (a destra).

Nel mondo della stampa tipografica, questi caratteri mobili con lettere unite da legature speciali erano noti come "logotipi". Un carattere mobile con più di una lettera sarebbe un logotipo, nel senso originale del termine, poiché coincide con l'origine etimologica: sarebbe una parola-matrice o parola-stampo, che si inchiostra e si preme contro la carta per lasciarvi un'impronta.



Esempi di cliché.

Probabilmente nello stesso periodo, gli stampatori avranno iniziato a creare matrici incise in rilievo, per stampare i propri marchi con lo stesso criterio dei caratteri mobili (inchiostrando la

composizione montata con caratteri di piombo e premendola sulla carta). Fino a qualche anno fa, quando si usava ancora la stampa tipografica, queste matrici erano note come *cliché*, almeno qui in Argentina. Per stampare un marchio su un biglietto da visita, bisognava fare un cliché.

Non posso affermarlo con certezza, ma ha senso supporre che questa idea del logotipo di piombo (il carattere che include due o più lettere) si sia fusa con l'idea di cliché, e i marchi, entrando in stampa, abbiano adottato il nome di logotipo. Dopotutto, per stampare un marchio grafico era necessaria una matrice, una sorta di carattere mobile di una parola.

Il significato della parola logo

Conosciamo già l'origine etimologica, ma come siamo arrivati a chiamare i logotipi logotipi? La definizione attuale accettata nel mondo professionale dice che un logotipo è “la rappresentazione grafica del nome di un marchio” o “la forma stabilita di scrivere il nome”. In questo senso, i simboli grafici, come quello di Shell, non sono logotipi, poiché restano fuori dalla definizione.

Allora, cos'è un logo? Ho sempre considerato questa contrazione come un modo “affettuoso” di chiamare il logotipo, una sorta di diminutivo. In effetti, ai tempi in cui ero studente, esisteva un secondo significato più informale, ma non solo per la parola “logo”, ma anche per “logotipo”: “Quanto vale un logo?”, “Quanto vale un logotipo?”, ci chiedevamo, usando una qualsiasi di queste due parole per riferirci a qualsiasi tipo di marchio, e non solo ai logotipi. Anche i professori e i professionisti usavano questo termine, ma sempre in un contesto di certa ironia, chiarendo che si trattava di un uso colloquiale, non tecnico.

Ma negli ultimi anni, sia in testi tecnici che informali in inglese, in qualche modo, la parola “logo” ha cambiato significato. Ora si usa per riferirsi a qualsiasi tipo di marchio grafico. Un *logo* in inglese, decisamente, non è sinonimo di logotipo, ma qualsiasi tipo di marchio. Esiste la parola *trademark*, ma viene usata sempre meno. In inglese, non hanno la tipica confusione che abbiamo in italiano tra “marchio” (concettuale) e “marchio grafico”, poiché usano “brand” e “logo”.

Ritorniamo all'origine etimologica: se un logotipo è una “parola-marchio”, un logo sarebbe solo una parola? Non ha molto senso. È vero che il linguaggio non sempre evolve in modo logico, ma non dovrebbero gli esperti, siano essi accademici o professionisti di un settore, definire il significato corretto delle parole, almeno all'interno del loro ambito di specializzazione, indipendentemente dai significati che il pubblico attribuisce loro?

Come chiamare i marchi?

Ritengo che sia più appropriato continuare a usare la parola “marchio”, e quando c'è il rischio di confonderla con il concetto di marchio (brand), utilizzare “marchio grafico”, che elimina ogni dubbio. Se dico “marchio grafico”, è chiaro che non sto parlando dell'azienda o del prodotto, ma dei segni che utilizza per identificarsi. Ci sono anche altri modi per riferirsi al marchio grafico, senza bisogno di inventare nuove parole, e che, inoltre, sono comprensibili a tutti: segni identificativi, marchi visivi, elementi grafici identificativi, ecc.

“Logo” è una parola scorretta, non è un termine tecnico, è confusa, è inutile e, inoltre, riduce il significato della parola logotipo, che è solo uno dei vari tipi di marchi visivi.¹

Pubblicato su 28/07/2025

i. Vedi gli articoli [Pensiero tipologico](#), di Norberto Chaves, e [Come scegliere il tipo di marchio più appropriato](#), di Luciano Cassisi.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/it/articoli/cose-un-logotipo-e-cose-un-logo>

