



PODCAST DU CROQUEZ LA POMME ! STORYTELLING

19 août 2009

SÉBASTIEN DURAND CONSEIL

2 impasse du tertre

31320 Castanet Tolosan

05.61.34.68.92.

06.11.28.35.95.

SD@SebastienDurandConseil.com

SITE LE STORYTELLING

www.leStorytelling.com

SITE CORPORATE

www.SebastienDurandConseil.com

Les historiетtes du Blog du Podcast ne sont pas destinées à un usage autre que dans un cadre privé. Pour toute autre utilisation, merci de prendre contact avec Sébastien Durand Conseil.

Bonjour et bienvenue sur ce nouveau Podcast du storytelling. Cette semaine, je vais vous raconter l'histoire du logo d'Apple, dont l'absence de signification est en elle-même très signifiante...

Lorsque Steve Jobs et Steve Wozniak ont créé Apple en 1976, ils avaient dessiné eux-mêmes un logo assez confus représentant Newton, rapport à la pomme évidemment. Mais conscients ses faiblesses, ils se sont adressés dès l'année suivante à un vrai directeur artistique, Rob Janoff, pour lui demander de le redesigner. Ce dernier a eu l'idée de centrer le logo sur le nom de l'entreprises, la pomme, et non plus sur le scientifique, et de la dessiner en couleurs pour qu'on ne risque pas de la confondre avec... une cerise. Il a aussi proposé d'y inclure la morsure afin de rendre le tout un peu moins passe-partout en y introduisant cette petite aspérité. C'est tout.

Mais quand une entreprise devient culte, on met du sens partout. Ainsi, les théories pullulent concernant le logo d'Apple. La pomme symboliserait le fruit défendu croqué par Ève. La morsure - bite en anglais - serait une allusion au terme informatique mégabyte. Quant aux couleurs, ce seraient celles de la gay pride, qui en réalité n'existait pas encore, mais seraient une référence un peu obscure à l'un des pères de l'informatique, Alan Turing, qui s'est suicidé après que son homosexualité a été révélé dans les années 50 en mangeant - tenez vous bien - une pomme empoisonnée au cyanure.

Rob Janoff insiste : il n'avait reçu aucune véritable instruction, aucun brief et il ne faut pas chercher dans ce logo plus qu'il n'y a au premier abord. «*Les gens veulent mettre trop de sens dans les logos*» dit-il aujourd'hui. Mais c'est normal, car derrière celui d'Apple se cache le mystère de l'origine même de son nom... Un mystère que l'entreprise fait tout pour entretenir... Quand on l'interroge sur la raison du choix du nom d'Apple, la direction de la communication refuse de répondre : «*Nous ne nous intéressons pas au passé*». Ce qui ne peut qu'entretenir les hypothèses fantaisistes. Il est vrai qu'en ce moment, Apple aurait déjà fort à faire pour expliquer pourquoi son histoire est en train de déraiper...

À bientôt !

Référence : J'ai trouvé l'idée de ce podcast en lisant l'interview de Rob Janoff sur le site Inzider.net.