



116973057



## ALOOF

Architype , 10  
Gloria Cortina, 14  
Powell Tuck Associates, 16  
Standard 8, 20  
Swell, 24

## BISGRÀFIC

Autoescola Ferrer, 102  
Colomer Leather Group, 103  
Veintidós Notas, 104  
Partners 4 Business, 105  
Diezdedos, 106

## CAN CUN

El Rave Negre, 124  
L'Encant, 126  
Granat, 128

## GORRICO / ESTUDIO DE DISEÑO

C&S, 110  
Eurínome, 114  
Canta Cuentos, 116

## ICO &CO

Cultural Development Barcelona, 36  
Les Terrasses del Mar, 40  
Moleskinerie, 42  
Barcelona Actors, 43  
Fino y Gordo. Just good dance music, 44  
Gigs United , 46  
Save the Buildings, 48

## LANTALAU

Matigotxo, 32

## MIRKO ILIC CORP.

7 & 8th Jewish Film Festival of Equality, 118  
The Broadmoor Hotel, 120  
First Born Films, 122

## NUEVE ESTUDIO

Burgeronomy, 108

## PUNTO FUGA

La Filmoneta , 27  
Seone, Productora de música, 30

## SAGMEISTER & WALSH

Function Engineering, 52  
EDP, 54  
Casa da Música, 58  
Jewish Museum, 62

## SIGNUM

Rutas Escondidas, 130  
GLG logistics, 134

## SOPHIA GEORGOPOULOU | DESIGN

Chromatistes Meres, 136  
Theatronio, 138  
Think Happy, 140  
Aeolikos Fine Dairy Products, 142

## STUDIO SNOOZE

Axilix, 72  
Mlin Pukanic, 75  
Master Catamaran Montenegro, 78

## TNOPT™ DESIGN

Bangkok Art and Culture Center (BACC), 80  
Thailand Creative and Design Center (TCDC), 82  
Copperwired, 84  
Geoluxe, 85  
MIRIN Mineral Water, 86  
Ookla, 88  
Creativities Unfold, 90

## URBANE IDEJE.DO.O.

TIS Grupa d.o.o., 68

## YONOH ESTUDIO CREATIVO

Llop, 92  
Ombra, 96  
Dimario, 98

Creating a logo is always a process and it is always the result of reason and emotion. We should never hope that a logo is produced by magic, chance or much worse, enlightenment, an absence of good taste. The ideal logo belongs exactly to the impeccable world of ideas. On occasion, us designers have a perspective which is too academic and structured and it is the client who keeps our feet on the ground and confronts us with reality. Sometimes it is the client who argues from a "common sense" point of view, from prejudice or myth, and it is down to us to bring in a critical aspect and help them review any clichés and find a new way of thinking about their own project.

Logos we will find on these pages - and those others which remain on the street, to which I would also like to dedicate this prologue - are certainly the result of a lot of work, reflection and heart.

La creación de un logotipo es siempre un proceso y el resultado de la razón y la emoción. Nunca debíamos esperar que un logotipo se produzca por magia, azar o, mucho peor, por una iluminación, un raptó de buen gusto. Las marcas ideales pertenecen, al mundo inmaculado de las ideas. En ocasiones los diseñadores tenemos una perspectiva demasiado académica y estructurada y es el cliente quien nos pone los pies en el suelo y nos confronta con su realidad, y algunas veces es él quien argumenta desde el "sentido común", desde el prejuicio o el mito, y nos toca a nosotros aportar el espíritu crítico y ayudarlo a revisar los clichés y encontrar una nueva forma de pensar su propio proyecto.

Los signos que vamos a encontrar en estas páginas -y aquellos otros que quedaron en el camino-, son con seguridad el resultado de mucho trabajo, reflexión y corazón.



Visit our official online store!

[monsashop.com](http://monsashop.com)