



## Fiche pédagogique

## Jouons aux logos

## Age des élèves concernés :

4-11 ans

## Liens avec les objectifs du Plan d'études romand :

## Education numérique (Médias)

**EN 11** : S'initier à un regard sélectif et critique face aux médias en dégagant des critères qualitatifs simples pour distinguer et exprimer des différences entre les supports de communication.

**EN 21** : Développer son esprit critique face aux médias en découvrant la grammaire de l'image par l'analyse de formes iconiques diverses.

## Français

**L1 18** : Découvrir et utiliser la technique de l'écriture et les instruments de la communication en produisant des documents (dessin), en utilisant (...) différents instruments scripteurs.

**L1 28** : Utiliser l'écriture et les instruments de la communication pour planifier et réaliser des documents.

## Arts visuels

**A 12 AV** : Mobiliser ses perceptions sensorielles en découvrant son environnement visuel

**A 13 AV** : Explorer diverses techniques plastiques

**Temps nécessaire** : 2-4 périodes

**Matériel nécessaire** : matériel pour dessiner et écrire

## Introduction

L'origine des logos remonte au XIX<sup>e</sup> siècle, quand les manufactures industrielles devinrent importantes. Les nouvelles méthodes de production industrielles autorisèrent une meilleure finition que les anciens produits manufacturés. Ces nouveaux produits étaient alors distribués dans des zones géographiques plus vastes.

De nouveaux concurrents apparaissaient régulièrement et l'offre pour des produits de même sorte augmenta. Or, une partie importante de la population était alors illettrée.

De plus en plus de fabricants commencèrent à inclure un symbole, signe ou emblème sur leurs produits et emballages, pour que les clients puissent reconnaître le produit désiré.

Les fabricants ajoutèrent ensuite le nom de la compagnie ou du produit sur leur signe. Le nom prit une forme spécifique chez chaque manufacturier.

Ces logotypes combinés, qui pour la première fois incluaient signe et nom, devinrent très populaires. Depuis de nombreuses années, quand un nouveau logo est dessiné, les propriétaires font appel à des publicitaires et des designers graphiques pour créer un signe ou un emblème qui apparaîtra comme un logotype, accompagné du nom de la compagnie, du produit ou du service.

**Le logo a une place importante dans la publicité d'aujourd'hui. Il est fréquent, surtout pour les marques les plus connues, que le nom de la marque n'ait pas besoin de figurer à côté du logo pour que le public sache de laquelle il s'agit.**

## Objectifs spécifiques

- Distinguer les logos et les symboles courants de la vie quotidienne
- Comprendre à quoi servent les logos
- S'amuser à les reconnaître, à les dessiner et à lire (au Cycle 1)
- Exposer les travaux et apprendre à exprimer son avis
- Réaliser à quel point le logo joue un rôle de langage universel, vu l'impossibilité de traduire certaines marques

## ÉTAPES

### REGARDER AUTOUR DE SOI

#### Cycle 1 non lecteurs

##### Activité en classe

Préparer de petites cartes (ou découper les images dans un magazine) avec, sur la moitié d'entre elles, des images de logos très connus (Migros, Apple, McDo, Puma, Nike, YouTube, la Poste, RTS, Hello Kitty, etc.). Nous vous fournissons une série toute prête en annexe 1a de cette fiche.

Sur l'autre moitié, des images connues qui ne sont pas des logos : émojis, drapeau suisse, Tour Eiffel, pyramides d'Égypte, Petit Nicolas, Cervin, tournesol, Mickey, Didou, etc. Nous vous fournissons une série toute prête en annexe 1b de cette fiche.

Donner des « missions secrètes » à chaque enfant (en lui chuchotant à l'oreille par exemple) : dessiner l'image reçue, la copier le mieux possible.

Puis exposer les réalisations au groupe. Qu'est-ce qui est le plus connu : le logo ou l'image traditionnelle ? Que disent les enfants de ces différents dessins ?

#### Cycle 1, débutant-es en lecture

##### Découvrir les logos familiers et la provenance des produits

Placer les enfants deux par deux : chaque enfant doit partir à la recherche des marques des habits de sa/son camarade. Ne pas oublier les vêtements de sortie ! Et, éventuellement, les tenues de gymnastique. Logos, pas de logos ? Où se trouvent les logos quand ils sont présents ? Chercher les étiquettes qui mentionnent la provenance des vêtements. Faire un croquis des logos ainsi découverts et écrire le pays de provenance des vêtements concernés.

### REGARDER AUTOUR DE SOI - VARIANTE

#### Cycle 1 (tous niveaux)

Organiser une heure de balade à l'extérieur à un endroit où se trouvent des panneaux publicitaires, ou, si nous sommes en ville, dans une rue marchande. Prévoir des groupes de 3 élèves dans un périmètre restreint. Chaque groupe doit repérer des logos que les élèves connaissent, ou des marques de magasins, etc. Dès qu'ils les ont trouvés, ils les dessinent. Chaque groupe doit rapporter 3 dessins (un par personne).

#### Cycle 1 non lecteurs

Retour en classe : préparer une exposition des dessins de logos pour toute la classe : chaque élève devra se promener et coller :

- 1) une pastille de couleur bleue sur les dessins qu'il-elle reconnaît.
- 2) une pastille de couleur rouge sur les dessins qu'il-elle reconnaît et sait nommer.
- 3) aucune pastille sur ceux qu'il-elle ne reconnaît pas.

Discuter avec les enfants et leur expliquer à quoi servent les logos, les rendre attentifs au fait que certains sont connus de tous et toutes et que d'autres sont plus confidentiels. Leur faire comprendre comment ça fonctionne. Leur montrer des logos très connus (ceux qui auront beaucoup de pastilles) et d'autres moins célèbres et voir leur réaction.

#### Cycle 1, débutant-es en lecture

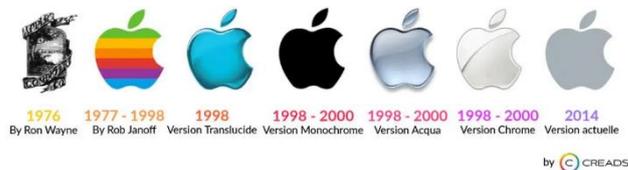
En classe, on fait écrire (avec aide si nécessaire) le nom du logo en question (la marque) sur une autre feuille. Puis on fait un Memory géant sur le sol de la classe : qui arrive à faire des paires ?

Enfin, discussion simple sur ce que les enfants pensent de cette activité. Comment sais-tu que telle paire va ensemble ? Où as-tu vu cette image avant ? A quoi ça sert d'avoir de telles images ? **(Et quelques mots d'explication sur l'histoire des logos).**

## UN EXEMPLE DE LOGO, APPLE

Cycle 1, débutant-es en lecture ou début Cycle 2

### Exercice 2 : l'histoire du logo Apple



**Apple** - Le logo de la marque représente la pomme de Newton. Le logo est considéré (à juste titre) comme trop difficile à comprendre, il est remplacé par la pomme croquée. En 1977, elle est colorée pour paraître plus *fun* et 20 ans plus tard elle est chromée pour faire passer une image plus *high tech*.

Source : histoire du logo Apple (sur Wikipedia)

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Apple>

Voir aussi :

<http://www.creads.fr/blog/tendance-design-graphique/evolution-et-histoire-du-logo-apple>

#### Pour les élèves

Connaissez-vous ce logo ? L'avez-vous déjà vu, et si oui, où ? De quoi s'agit-il ?

Connaissez-vous l'histoire de la pomme de Newton ?

Idée : Profiter des BD de Gotlib « Rubriques-à-brac » pour présenter la pomme de Newton, qui est un fil rouge de toute cette bande dessinée. Les dessins sont très drôles.

Mettre côte à côte le logo Apple et une image de la BD citée ci-dessus et discuter de ce que ça évoque pour les élèves.

Gotlib, *Rubriques à brac*, Editions Dargaud



## LOGO ET NOM DE MARQUE

### Cycle 2

Retrouver les noms originaux des marques reproduites ci-dessous, avec leur traduction française. Réaliser à cette occasion que le logo est souvent plus "parlant" que le nom de la marque.



---

## Autres ressources

### Un jeu : A vos marques

Dès 8 ans ; jeu de cartes. Piochez une carte mission, elles indiquent quel(s) logo(s) doivent être attrapés à l'aide des ventouses. Un logo représentant une vache ? Un logo en 4 lettres ? Un fabricant de téléphone ? En vente sur Internet. Environ 25 CHF.

**Une sélection de logos** sur le compte Pinterest de Med Rachid Talidi :  
<https://www.pinterest.fr/logistiquevirmousil/logo-marques/>

### Un ouvrage de référence :

Naomi Klein, *No logo*, Editions J'ai lu.

### Reportage TV diffusé dans l'émission *TTC de la RTS* (13 avril 2013) :

*La face cachée de logos des grandes marques*

<http://www.rts.ch/video/emissions/ttc/4822885-les-logos-des-grandes-marques-possedent-souvent-une-face-cachee.html>

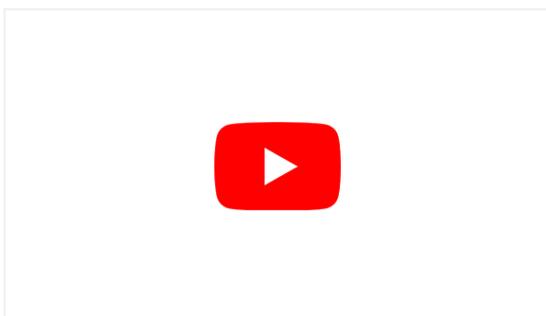
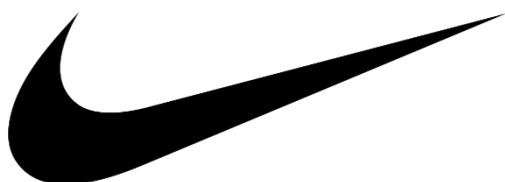
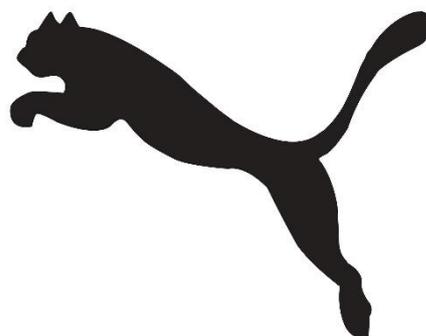
---

**Florence Hügi**, journaliste RP. Neuchâtel, décembre 2012.

Fiche actualisée en septembre 2024.



Annexe 1a : logos prêts à l'emploi



Annexe 1b : visuels qui ne sont PAS des logos

