



Objectifs :

- être sensibilisé aux « visuels » des paquets de bonbons.
- découvrir la marque Haribo
- identifier les différents éléments du packaging.
- être capable de respecter un cahier des charges simple.

Demande :

Vous devez créer un nouveau paquet de bonbon Haribo

1) INVESTIGATION : La marque Haribo

1. Haribo, acronyme d'HAns Riegel BOnn

C'est en 1920 qu'Hans Riegel, un jeune confiseur allemand, rachète une minuscule fabrique de sucrerie à Bonn dans l'ouest de l'Allemagne. Le capital de l'entreprise au départ ? Un sac de sucre, un tabouret, un chaudron de cuivre et un rouleau à pâtisserie. Pour le nom, il prend les premières lettres de son nom et de sa ville. Hans Riegel Bonn devient Haribo.



FONDATEUR



2. L'oursin gélifié, le premier coup de génie

Alors qu'à l'époque les bonbons n'ont pas de forme particulière, Hans Riegel décide en 1922 d'en créer un avec une forme sympathique pour plaire aux enfants. Il opte pour l'ours, symbole de la ville de Bonn et il appelle son bonbon gélifié le Tanzbär du nom de l'ours dansant qui distrait les gens au Moyen-Âge dans la région. Mais il prend vite le nom de Goldbär (l'ours d'or en France) qu'il porte encore aujourd'hui. Il reste, près de 100 ans après sa création, le bonbon le plus vendu en Allemagne.

3. Un slogan composé par le fils du fondateur

"Haribo c'est beau la vie, pour les grands et les petits !" C'est sans doute une des ritournelles de marque les plus connues en France. Et c'est exactement la même partout. Haribo se contente d'adapter le slogan dans la langue du pays. À l'origine, en 1930, Hans Riegel cherche un message publicitaire fort. Il opte pour : "Haribo macht Kinder froh" ("Haribo fait la joie des enfants") qu'il complète un peu plus tard par "und Erwachsene ebenso" ("et aussi celle des adultes"). La petite musique viendra plus tard, en 1950, et est l'œuvre d'Hans Riegel junior, le fils du fondateur qui reprendra les rênes de l'entreprise.

4.a Le logo

Un logo est une combinaison d'un ou de plusieurs éléments suivants :

LA TYPOGRAPHIE

1-La **marque** : c'est le nom de l'entreprise, écrit en entier.



2-Le **monogramme** : ce sont les initiales de l'entreprise qui sont juxtaposées, enchevêtrées ou superposées.



L'IMAGE

3-Le **visuel** : c'est la représentation figurative (l'image) d'un objet ou d'un concept qui illustre l'entreprise. (Ces logos sont généralement utilisés par des entreprises déjà connues, dont la forme parle à tout le monde).



LA COULEUR

4-La **forme enveloppante** : c'est la forme (souvent géométrique) qui entoure totalement ou partiellement le logo.



5-La **couleur** : outil le plus efficace pour transmettre un message



Vocabulaire utile :

L'image de marque : c'est l'identité visuelle d'un produit ou d'une entreprise.

Logotype (logo) : représentation graphique d'une marque ou d'une entreprise qui est utilisé sur les différents supports de communication.

4.b Le logo Haribo



2) ANALYSE : Quels sont les évolutions du logo ?

Ecrivez ci-dessous quelles sont les différences :

1920



Entre 1920 et 1930 :

1930



Entre 1930 et 1950 :

1950



Entre 1950 et 1965 :

1965



Entre 1965 et 1985 :

1985



Vocabulaire utile :

Typographie, Attaché / détaché, majuscule / minuscule, forme enveloppante, droit / arrondi, souligné, aligné, chargé / sobre(simple).

1. L'étonnante origine de la fraise Tagada

C'est le bonbon star d'Haribo en France puisqu'il représente 15% des ventes d'Haribo. Et la fraise Tagada est une invention française ! En 1969, la filiale française d'Haribo met au point un bonbon dragéifié au goût de fraise. La maison mère ne croit pas à son succès mais Eugène Gabel, le mythique fondateur d'Haribo France insiste pour le lancer. Le succès est considérable. Pourquoi ce nom Tagada ? Car alors que la société cherchait en vain comment appeler sa création, le patron d'Haribo assiste à un spectacle de music-hall à Paris. Les danseuses donnent alors du "Tagada tsoin tsoin". Eugène Gabel trouve ça drôle et pétillant. Ainsi est née la fraise Tagada.

2. Quels sont les différences et les points communs des sachets de bonbons ?



Nom :
Couleur principale :
Décris ce que tu vois (voir agrandissement ci-joint) :



Nom :
Couleur principale :
Décris ce que tu vois (voir agrandissement ci-joint) :



Nom :
Couleur principale :
Décris ce que tu vois (voir agrandissement ci-joint) :



Vocabulaire utile :

La charte graphique : ce sont tous les éléments, les signes et règles graphiques qui permettent la cohérence entre divers produits d'une même marque.

Produit phare : c'est un produit vedette, produit à part de marché forte sur un marché encore en croissance ou ayant encore un potentiel de développement intéressant pour l'entreprise.

Il existe plusieurs sortes de sachets de bonbons Haribo, ils sont tous cohérents (*se ressemblent*), et pourtant tous différents, *ils forment une GAMME*. Ils sont présentés ensemble dans les rayons.



Petites questions au consommateur que vous êtes peut-être :

A quoi servent les dentelures aux deux extrémités du paquet ?

.....

Pourquoi le paquet procède-t-il une partie transparente ?

.....

2) PROPOSITIONS

Du nouveau...

La marque Haribo veut lancer pour l'été un nouveau bonbon.

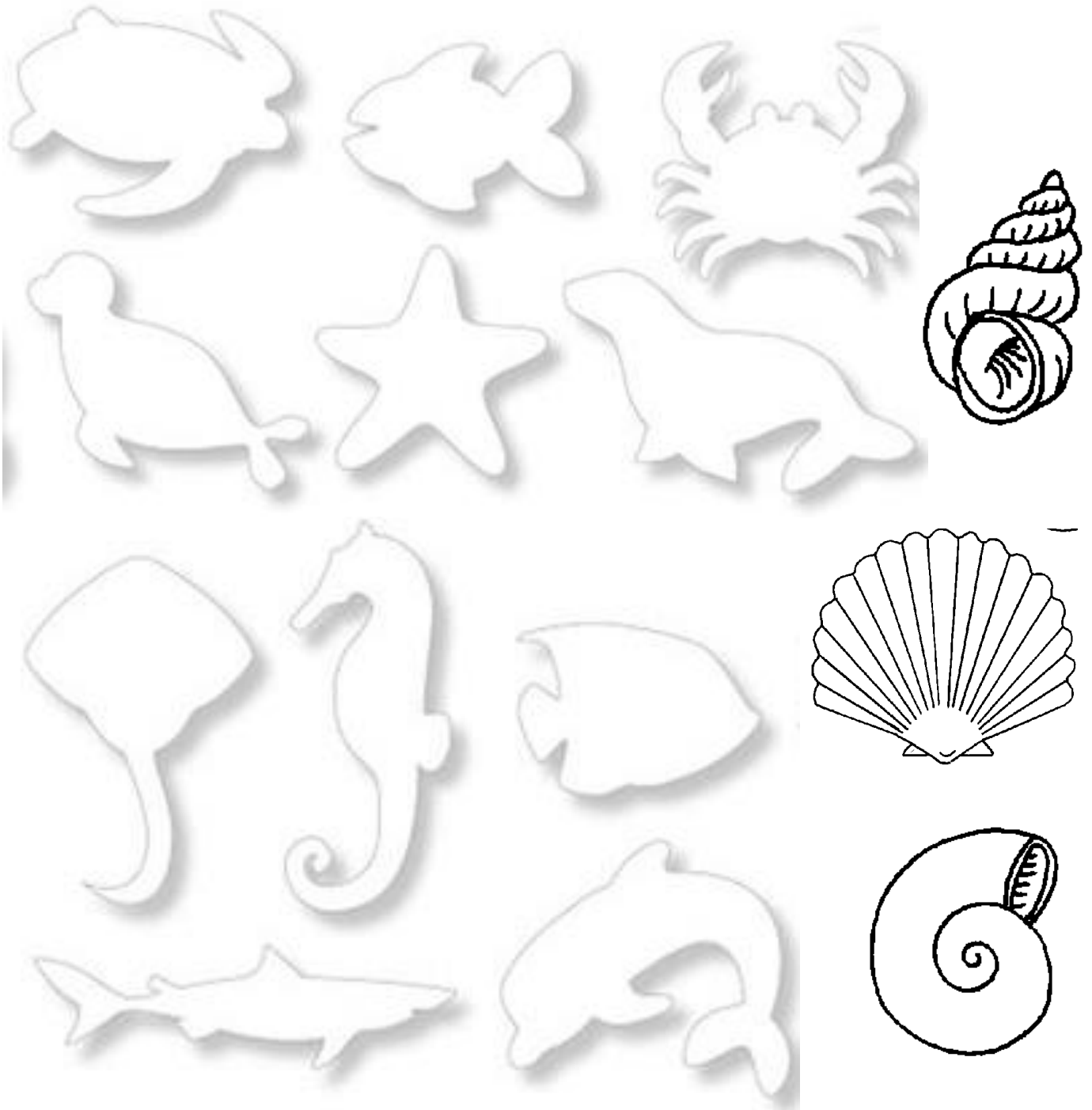
A vous de jouer : vous devez proposer le design graphique du sachet de bonbon sur le thème de la « mer » (voir planche documentaire). Selon le cahier des charges suivant :

Garder la même charte graphique :



Planche documentaire « mer »

1 Entourez ci-dessous l'image qui sera la forme du Bonbon + décalquez le contour.

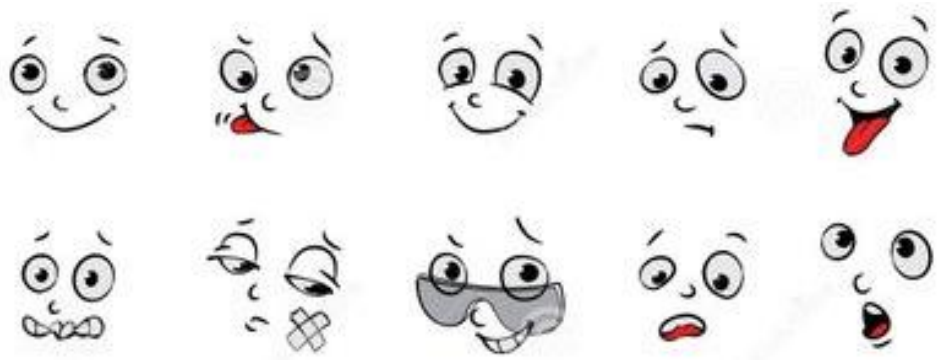


2 Définir le gout des bonbons : sucrés acides, pétillants

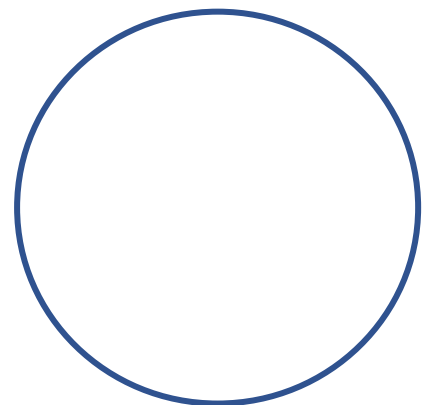
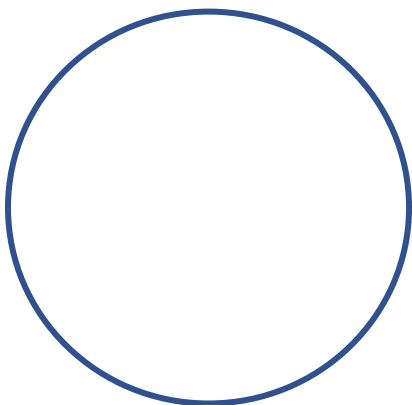
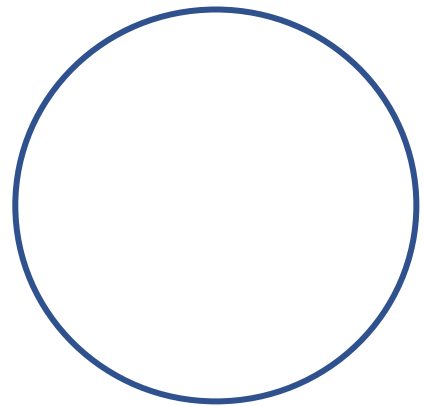
3 Personnifiez l'image choisie : ajoutez les yeux et la bouche sur l'image décalquée :

Vocabulaire utile :

Personnifier : évoquer, représenter (une chose abstraite ou inanimée) sous les traits d'une personne.



4 Travaillez l'arrière-plan en évoquant la mer et plus exactement une vague dans les 3 cercles ci-dessous :



5 Travaillez l'arrière-plan en évoquant la mer et plus exactement une vague (voir fraises tagada) :

Réalisation finale : vous allez insérer l'image personnalisée + l'arrière-plan que vous allez sélectionner parmi les 3 cercles + mettre en couleur et écrire le nom du bonbon crée (voir charte graphique):



Justifiez vos choix :

.....
.....
.....