

# La Grande Exposition du Fabriqué en France

Les 18 et 19 janvier 2020, 120 objets, ambassadeurs de nos départements de métropole et d'Outre-mer seront exposés au Palais de l'Élysée.



Cette Exposition du Fabriqué en France a deux objectifs :

- montrer la diversité, la qualité, le dynamisme de ce qui est fabriqué partout en France.
- encourager à vous engager pour l'emploi et contre le réchauffement climatique en consommant français.

Des spécialités régionales familières que votre Grand-Mère utilisait déjà, aux dernières innovations qui relancent la dynamique de territoires délaissés, venez découvrir ce qui fait et ce que fait à nouveau la France.

<https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/01/13/fabrique-en-france-decouvrez-les-produits-de-l'exposition>

Exemple :

Pop corn micro-ondable bio : <http://www.yum-kah.eu/>

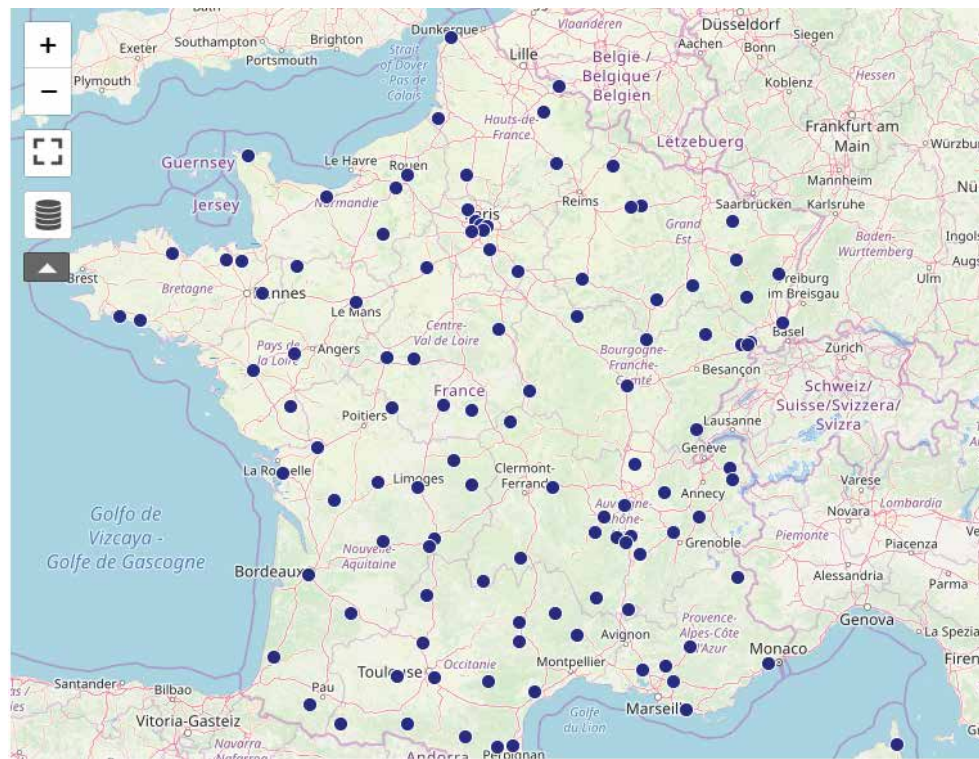
Casque de pompier high - tech : <https://fr.msasafety.com/>

Jouets traditionnels en bois : <https://www.lesjouetsduqueyras.fr/>

Dentelle haute couture : <https://www.solstiss.com/fr/nos-collections.html>

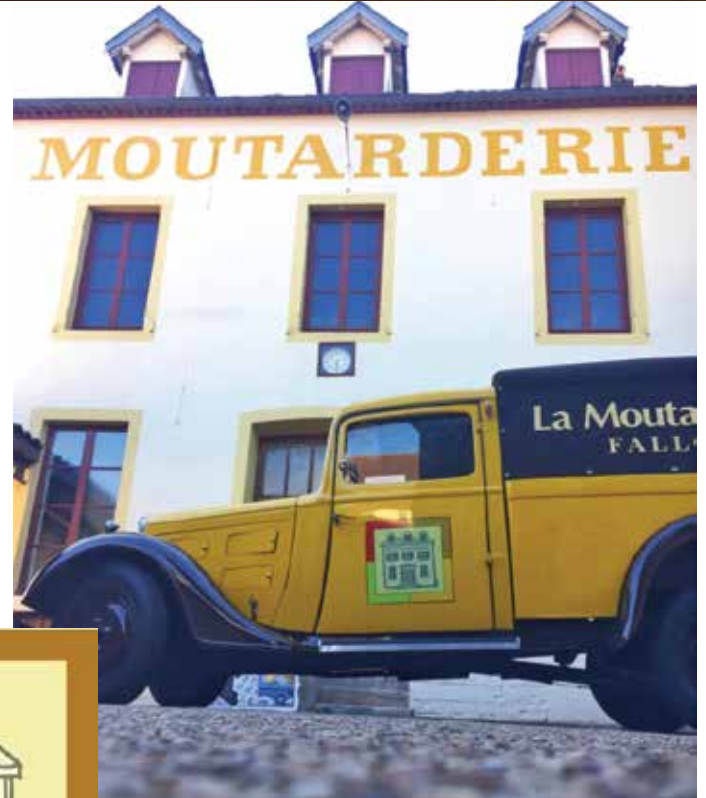
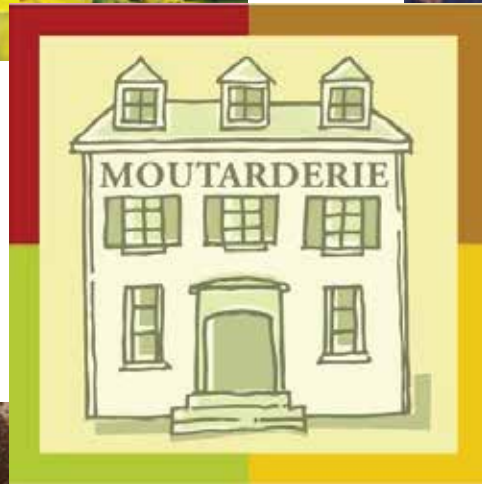
Biscuits : <https://gavottes.fr/fr/accueil>

Equipements sonores : <https://www.focal.com/fr/focal-listen-beyond>





Maison indépendante Bourguignonne et  
familiale depuis 1840



Edmond Fallot  
LA MOUTARDERIE



# Analyse de l'identité visuelle d'un produit de l'exposition du Fabriqué en France

**Objectif :** Repérer les caractéristiques d'une identité visuelle de marque

**Consigne :** En observant le document ressource, répond aux questions suivantes.

▶ Quel produit fabrique la société Edmond Fallot?

.....

▶ Parmi les mots suivants, lesquels correspondent aux valeurs de la marque? (entoure tes réponses)

Moderne - tendance - traditionnel - luxueux - jeune- high tech - authentique - familial - terroir - international - innovant - à l'ancienne - industriel

▶ Comment est suggéré l'impression de fait-maison?

.....

▶ Quelles images montrent que c'est une marque ancienne ?

.....

▶ Pourquoi y a t'il des images de fleurs?

.....

▶ Quelles matériaux sont présents autour des produits?

.....

▶ En observant l'ensemble du document, quelles sont les 2 couleurs principales?

.....

▶ Comment qualifierais tu l'ambiance colorée générale? (entoure tes réponses)

Froide - vive - chaleureuse - bariolée - épurée - épicée - douce - triste - naturelle - contrastée - pastel - agressive - flashy - neutre

▶ Indique sous ces trois visuels, lequel est un logo, un label, un blason



▶ Si on change la typographie de la marque Edmont Fallot, imagine pour quel type de produit ou service elles conviendraient?

**Edmont**

*Edmont*

**Chez Edmont**

.....

# Analyse de l'identité visuelle

**Objectif :** Savoir composer une planche d'analyse

Une planche d'analyse de l'identité visuelle d'un produit est un document présentant les caractéristiques que vous avez repérées. Ces caractéristiques se matérialisent visuellement sur votre planche au moyen d'image découpées, de croquis, d'annotations, de relevés de graphismes, de motifs, d'échantillons de matières, de relevés de couleurs... L'ensemble de la planche doit être composé avec soin, en organisant vos idées, vos images et vos relevés de manière à donner une vision claire et esthétique de votre analyse.

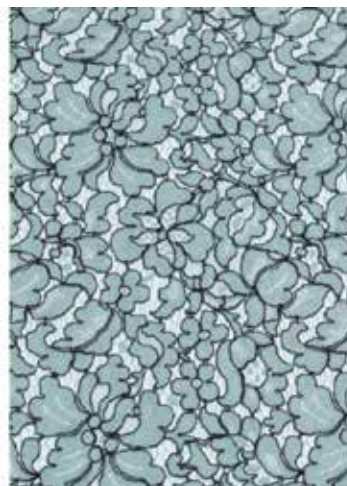
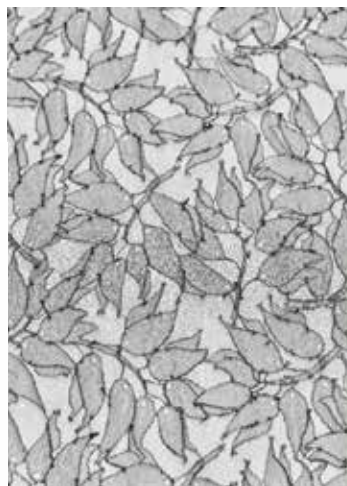






Centenaire, le savoir-faire de la Maison Solstiss s'est transmis pendant plusieurs générations sans jamais quitter les ateliers. Les doigts qui animent le métier ont changé mais les gestes sont restés les mêmes...

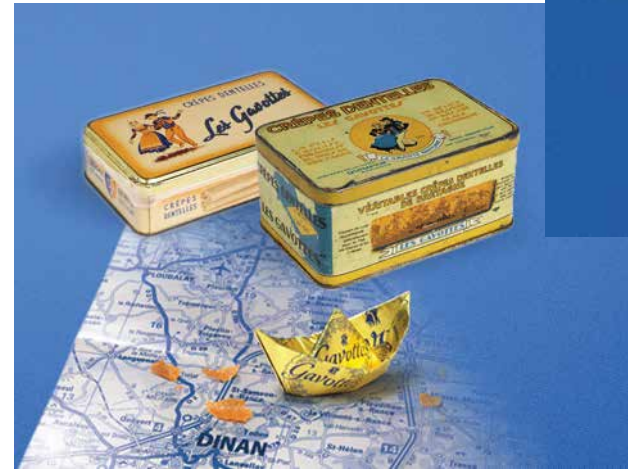
**solstiss**  
TISSEUR DE RÊVES



**Un Savoir-faire ancestral**







**Unique et léger**  
L'incontournable crêpe dentelle de Bretagne

Croquons ce biscuit délicat ! Eh oui, depuis toujours, les crêpes dentelle Gavottes croustillent en toute légèreté. De la crêpe oubliée sur le feu par Marie-Catherine Cornic à celle d'aujourd'hui, toujours la même sensation. Un éclat en bouche obtenu grâce à ce fameux procédé d'enroulement en huit.

Fameux car unique au monde et jalousement gardé secret.  
Les Gavottes méritent bien un peu de mystère tout de même !

**Gavottes**  
Biscuiterie fine depuis 1932

**La boutique S'AGRANDIT**

Venez découvrir toutes **NOS OFFRES!**

Et toujours à la même adresse  
**BISCUITERIE GAVOTTES,**  
ROUTE DE DINARD  
22100 DINAN





**FABRICATION FRANÇAISE**

Depuis plus de 40 ans, Focal conçoit et fabrique des enceintes acoustiques pour la maison, des haut-parleurs et amplificateurs pour les voitures, des enceintes de monitoring pour les studios d'enregistrement, et plus récemment, des casques audio. Implantée à Saint-Etienne, en France, Focal se positionne comme un leader mondial dans son domaine grâce à ses technologies et innovations constantes.

Chez Focal, toutes les équipes partagent une même philosophie : Made in France et industrialisation. Innovation et tradition se conjuguent pour proposer le **meilleur du son** aux audiophiles et mélomanes.

Tous nos produits bénéficient d'innovations et de technologies exclusives Focal, développées par nos ingénieurs en France. Cette philosophie valorise durablement les enceintes Focal : vous ne trouverez ces technologies nulle part ailleurs.



**L'HISTOIRE FOCAL**



**1979**

Début de l'histoire d'une FOCAL révolutionnaire... France, l'histoire, une entreprise de référence de production. Adopter la première usine de fabrication de haut-parleurs. Début d'une longue collaboration avec des designers de renom.



**LE DESIGN CHEZ FOCAL**

Dès les années 2000, la démarche créatrice de Focal s'enrichit avec le design. À l'exigence technologique s'ajoutent les atouts du design. Pour s'intégrer dans les intérieurs contemporains, les enceintes hi-fi haut de gamme doivent devenir des objets « art de vivre ». Ou comment sublimer le son par l'esthétique...

Car chez Focal, le design ne se contente pas de la beauté de la forme : il est au service de la performance acoustique. Le design industriel sait allier la technique à l'esthétique. Designers et ingénieurs innovent main dans la main pour intégrer le mieux possible l'objet à l'environnement auquel il est destiné : le lieu et le style d'écoute.

**URBAN IS NATURAL**

Un petit air soufflé, le rituel du matin... par la fenêtre ouverte parvient à nos oreilles une musique lumineuse, se charge d'une nouvelle saison, le parfum de la liberté... Une envie de profiter à l'infini, et avec elle les balades en ville, les promenades au parc sous les arbres, au bord de la mer, la possibilité de sentir en un instant le souffle du monde, une brise légère sur le visage, l'attention portée, de nouveau, sur nous, un instant, un instant, un instant... nous nous levons, nous nous levons, nous nous levons... nous nous levons pour un nouveau passage sonore.



Élégantes et discrètes, les enceintes minimalistes Focal offrent performances audaces et qualité sonore qui se raffinent, s'étoffent et se perfectionnent au fil du temps, au fur et à mesure que vous les utilisez. Elles sont conçues pour offrir une expérience sonore unique et immersive, dans n'importe quel environnement.

**ROCK FOR LIFE**

Le rock n'est pas seulement une musique, c'est un état d'esprit, un mode de vie, une philosophie. C'est une passion qui se vit, qui se partage, qui se transmet. C'est une énergie qui se libère, qui se projette, qui se diffuse. C'est une musique qui nous fait vivre, qui nous fait sentir, qui nous fait rêver. C'est une musique qui nous fait nous sentir libres, qui nous fait nous sentir en sécurité, qui nous fait nous sentir en sécurité.



**COLORS POP EVERYWHERE**

Un rock n'est pas seulement une musique, c'est un état d'esprit, un mode de vie, une philosophie. C'est une passion qui se vit, qui se partage, qui se transmet. C'est une énergie qui se libère, qui se projette, qui se diffuse. C'est une musique qui nous fait vivre, qui nous fait sentir, qui nous fait rêver. C'est une musique qui nous fait nous sentir libres, qui nous fait nous sentir en sécurité, qui nous fait nous sentir en sécurité.



**VERVENT AUDIO GROUP**  
Vervent Audio Group, qui inclut Focal et Naim, constitue depuis 2014 un leader européen du secteur audio.



**DOSSIER DE PRESSE**  
Pour mieux connaître Focal, son actualité, la marque et son identité, les innovations et les hommes qui font l'entreprise...

**Consigne** : Compose la planche d'analyse de l'identité visuelle de la marque que tu as choisie en t'appuyant sur la trame A3 et la méthodologie ci-après :

- /2 ▶ Découpe et **organise tes images** (les rectangles gris représentant les images ne sont qu'indicatifs, tu peux modifier la composition). Les images sélectionnées doivent être **regroupées de manière à produire du sens**. Tu peux les **recadrer**.
- /2 ▶ Identifie la **gamme des couleurs principales** en **remplissant soigneusement** les trois cases au crayon de couleur avec les **teintes les plus justes possibles**. Décris ces couleurs avec un **vocabulaire riche et précis** : le type de couleurs, l'effet produit, la sensation ou les évocations symboliques.... (tu peux t'aider du lexique)
- /2 ▶ Relève des **motifs spécifiques** que tu auras repéré en observant attentivement les images en **détail**. Remplis les 4 cases avec les motifs que tu as sélectionnés. **Construis les motifs** au crayon de papier avec **régularité et précision** puis repasse les au feutre noir fin, gomme ensuite les traces de crayon. **Décris ces motifs**, leurs formes, leur structure, ce qu'ils évoquent... (tu peux t'aider du lexique)
- /2 ▶ Illustre l'ambiance générale en recherchant dans les magazines à ta disposition, des **photos de matières** qui sont présentes dans les images ou qui **se marient bien avec l'univers de la marque**. Découpe et colle soigneusement, nomme ces matières.
- /2 ▶ Reproduis le plus fidèlement possible le **logo de la marque** : esquisse au crayon de papier, mise au noir (feutre noir fin), gommer le crayon, puis mettre en couleurs.
- /2 ▶ Réalise **un croquis** au crayon de papier d'un objet, produit ou personnage **représentant bien la marque**.
- /2 ▶ Inscris au feutre épais, **les mots clefs** évoqués par l'identité visuelle (à propos de l'**ambiance générale**, des **valeurs** portée par la marque, du **message** envoyé au consommateur... Tu peux inscrire ces mots autour, à coté et sur les images pour former comme un «nuage de mots évocateurs». **Soigne la typographie**, la hauteur des lettres et la **lisibilité** en veillant à ne pas placer des lettres sur une zone foncée d'images.
- /2 ▶ Réalise le **titre** «PLANCHE D'ANALYSE» en utilisant la **typographie de la marque**. Le titre doit être **centré, régulier, aligné**. Construit tes lettres et leur positionnement au crayon de papier, repasse les contours au feutre noir, gomme le crayon et mets en couleur avec soin.
- /2 ▶ Enfin, trace un cadre pour **mettre en valeur l'ensemble** de ta planche.
- /2 ▶ Toutes les étapes de la méthodologie sont réalisées
  - ▶ Inscris nom, prénom, classe et colle cette feuille au dos de ta planche.



