

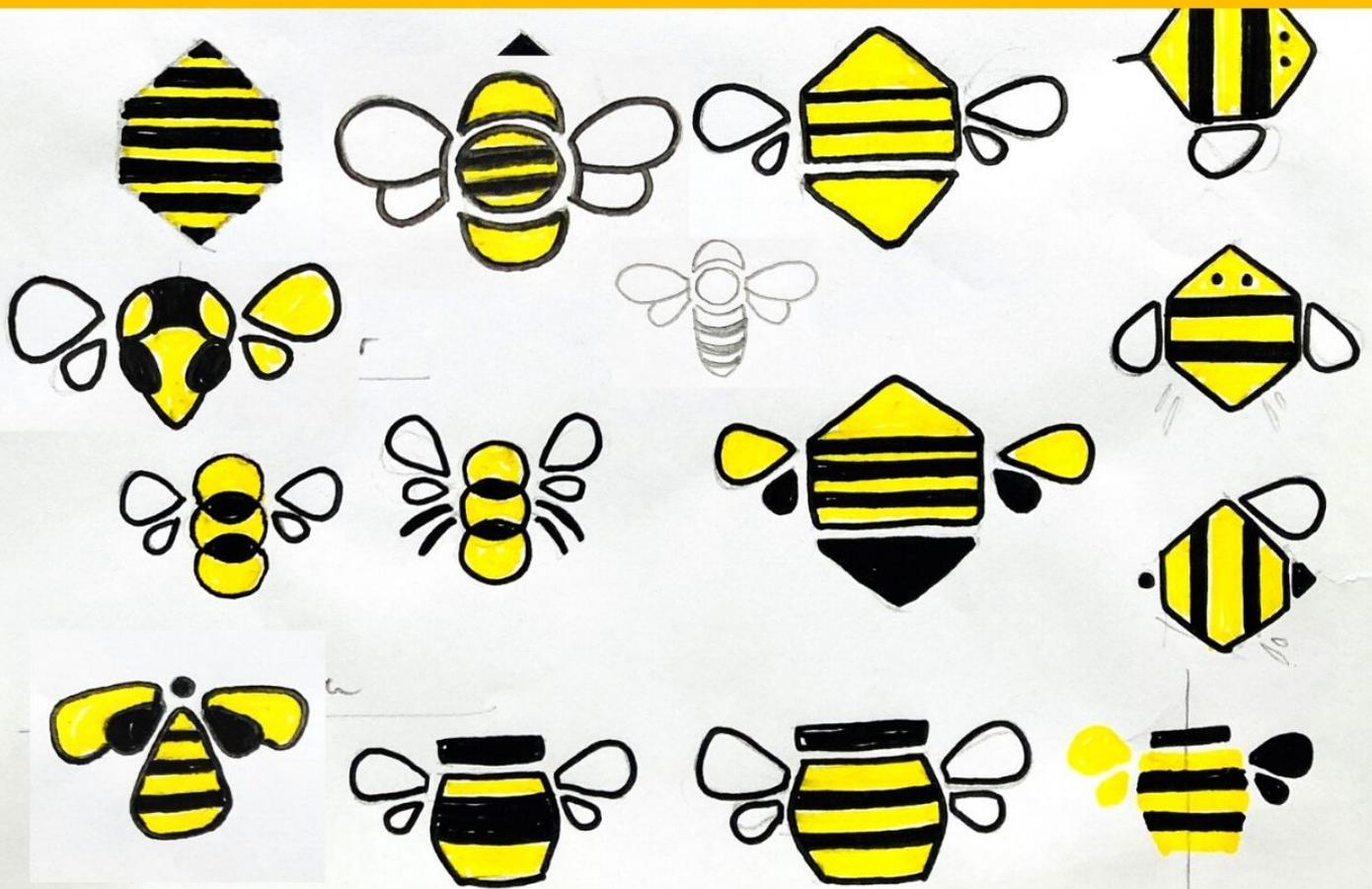
UNE IDENTITÉ VISUELLE POUR
LE MIEL DU LYCÉE
AMÉDÉE GASQUET

MIEL

**UN PROJET RÉALISÉ
PAR LES ÉLÈVES DE
FLE 1 ET CAP EPC1B**

RENTÉE 2022

ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE
LILA SÉNORE
ENSEIGNANTE EN ARTS APPLIQUÉS



À PROPOS DU PROJET

Le lycée Amédée Gasquet, établissement public historique situé en plein cœur de Clermont-Ferrand, s'est vu accueillir un jardin potager et des ruches entre 2018 et 2022.

Trois enseignants à la main verte et apicole s'occupent désormais bénévolement des colonies d'abeilles et se chargent de la récolte du miel.

Cet écrin de verdure et les essaims sont aussi prétexte à faire découvrir aux élèves une multitude de savoirs et de savoir-faire divers, en lien avec les sciences et le développement durable.

Les élèves des classes de Français Langues Étrangères et d'Équipier Polyvalent du Commerce se préparant au Certificat d'Aptitude Professionnelle ont été invités à concevoir l'identité visuelle des pots de miel. Ils nous proposent alors le fruit de leurs recherches afin de trouver un nom, un logo et de concevoir les étiquettes.

Le miel LE GARDIEN
d'Amédée DES ABEILLES

API'CULTURE

Happy B

HappyBee **BEEHAPPY**

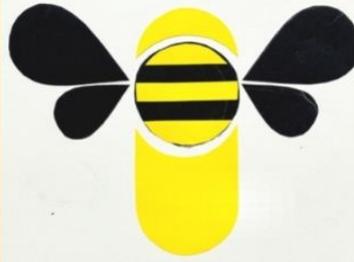
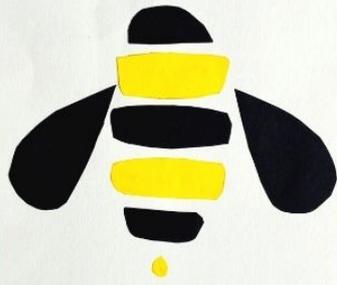
ÉTAPE 1 : LE NOM

Trouver et choisir un nom pour un produit n'est pas chose aisée : le nom doit être parlant, marquer les esprits et donner déjà une idée de l'identité du produit. Le nom et le produit seront associés de façon permanente. C'est ce qui crée la reconnaissance de marque.

Plusieurs règles doivent alors être prises en compte pour donner un nom de produit pertinent :

- 1. Choisir un nom facile à lire et à écrire**
- 2. Choisir un nom unique**
- 3. Choisir un nom court et facile à retenir**
- 4. Choisir un nom qui sonne et s'écrit bien**
- 5. Choisir un nom qui fait appel à une émotion, un sentiment ou une idée.**

Autant de contraintes à respecter et à assimiler qui feront du produit une véritable entité.



ÉTAPE 2 : LE LOGO

La conception et le choix du logo est une étape essentielle dans la création de l'identité d'une marque ou d'un produit en vue de son développement. **Le logo est l'image qui véhicule les valeurs de l'entreprise**, fonctionnant comme une signature. Au-delà de sa particularité, un logo doit avant tout révéler une marque afin de la rendre **mémorable**.

Un logo doit répondre à plusieurs caractéristiques afin de se positionner sur le marché et être facilement identifiable. Il doit être **visible et lisible à toutes les tailles**, privilégier une **forme et une composition simple** et efficace, opter pour des **couleurs significatives** et essentielles (il doit pouvoir fonctionner en noir et blanc), et pouvoir **s'adapter sur une diversité de support** de communication et de produits et être facilement déclinable.

Aussi, un logo doit pouvoir fonctionner dans différentes orientations afin d'éviter une signification ou un détournement disgracieux.



ÉTAPE 2 : LE LOGO (suite)

La conception d'un logo nécessite **plusieurs étapes, des premières esquisses crayonnées à la modélisation vectorielle sur ordinateur.**

Le passage du dessin aux formes découpées est un bon moyen pour simplifier et affiner les premières recherches. Cette technique permet d'aller à l'essentiel et de proposer des formes à fort impact visuel.

Lors de cette phase de recherche graphique, il est important de conserver toutes les propositions afin de les comparer, les associer, les sélectionner pour pouvoir ensuite choisir la plus pertinente et parlante d'entre elles.

HappyBee
HappyBee
HappyBee
BeeHappy
BEEHAPPY

*Le gardien
des Abeilles*
*Le gardien
des Abeilles*

LE GARDIEN
DES ABEILLES

ÉTAPE 3 : LA TYPOGRAPHIE

Une fois le nom et le visuel trouvés pour le produit, il s'agit d'associer ces deux éléments pour qu'il ne fassent plus qu'un. Le choix de la typographie est alors essentiel. Elle devra faire écho au logo et être adaptée à la signification du nom. Car un logo, c'est une image, mais c'est aussi une typographie.

La typographie participe à la création d'une image de marque unique pour une marque ou une entreprise. Elle permet de rendre les produits, les services, les valeurs ainsi que les messages d'une marque ou d'un produit facilement identifiables.

Elle doit être lisible et visible, en grand caractère comme en petit, **facilement identifiable, cohérente** par rapport au produit mais aussi pour le client visé et **coïncider avec le logo**.

Si l'on ne peut pas créer une typographie sur mesure, il faut s'assurer que celle-ci soit libre d'usage ou bien en posséder les droits.

LE JARDIN D'AMÉDÉE
14 RUE JEAN-BAPTISTE TORRILHON
63000 CLERMONT-FERRAND

POIDS NET : 265G
DDM 20/07/2025



MIEL DE FLEURS
RÉCOLTÉ EN FRANCE

ÉTAPE 4 : LE SUPPORT

La dernière étape de ce projet consiste à concevoir des étiquettes qui seront apposées sur les pots de miel. **L'étiquette** doit être adaptée au support et est donc contrainte par sa taille.

Elle doit faire apparaître le logo et le nom du produit, ainsi que diverses informations obligatoires, comme la date de durabilité minimale (DDM), la dénomination (miel de fleurs, de miellat, filtré ...), la provenance, la composition, le nom l'adresse du fabricant, le numéro de lot ...

Autant d'informations qu'il faut associer au logo et au nom sans altérer l'identité du produit, sa lisibilité et sa visibilité. En outre, ses informations doivent être présentes et identifiables facilement tout en restant discrètes visuellement.



*La vie est une fleur,
l'amour en est le miel.*
Victor Hugo

ÉTAPE SUIVANTE : LE BRANDING

La conception d'une identité graphique ne s'arrête pas là. L'objectif suivant est de **communiquer son produit** ou sa marque sur le marché afin de cibler des consommateurs et de vendre le produit.

Slogan, carte de visite, plaquette de communication, publicité sur lieu de vente, affiche, site internet, clip vidéo, merchandising ...

La marque doit être présente et reconnaissable, et le consommateur doit pouvoir s'identifier au produit. C'est le rôle du marketing et plus largement du branding.

Au delà de l'identité visuelle de la marque et du produit, le branding inclut le ton utilisé dans la communication client et les valeurs véhiculées par l'entreprise.

Mais ça, c'est un autre projet ...

UN LOGO POUR LE MIEL



LOGO 01



LOGO 02



LOGO 03



LOGO 04



LOGO 05



LOGO 06



LOGO 07



LOGO 08



LOGO 09

QUEL LOGO POUR LE MIEL DU LYCÉE ?

Les élèves de EPC1 B et de FLE 1 ont été appelés à concevoir un logo pour le miel du lycée .

Quel est celui que vous voulez voir sur les pots de miel ?

Vous pouvez voter en inscrivant et en glissant un numéro dans la boîte.

Merci de votre participation !

UN NOM POUR LE MIEL

HAPPYBEE

HappyBee

A (NOM+TYPO)

HappyBee

B (NOM+TYPO)

BEEHAPPY

BeeHappy

C (NOM+TYPO)

BEEHAPPY

D (NOM+TYPO)

LE GARDIEN DES ABEILLES

**Le Gardien
des Abeilles**

E (NOM+TYPO)

*Le gardien
des Abeilles*

F (NOM+TYPO)

QUEL NOM ET QUELLE TYPO POUR LE MIEL DU LYCÉE ?

Les élèves de EPC1 B et de FLE 1 ont été appelés à donner un nom au miel du lycée .

Quel est le nom que vous voulez voir sur les pots de miel ?

Vous pouvez voter en inscrivant et en glissant la lettre associée au nom et à sa typographie dans la boîte.

Merci de votre participation !

UNE IDENTITÉ VISUELLE POUR
LE MIEL DU LYCÉE
AMÉDÉE GASQUET

MIEL
VOTEZ POUR
LE LOGO ET LE NOM
DU MIEL DU LYCÉE !

MERCI DE VOTRE PARTICIPATION

UN PROJET RÉALISÉ PAR
LES ÉLÈVES DE FLE 1 ET EPC1 B