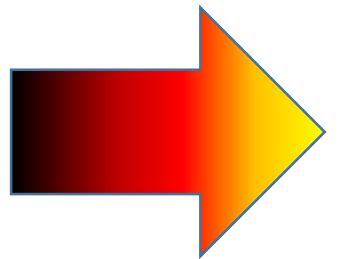
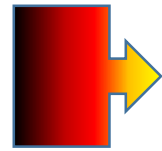


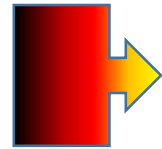
# Découvrir l'Allemagne

au travers de ses marques

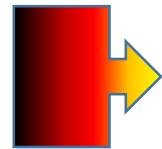




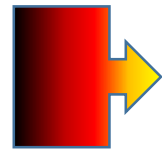
Les produits allemands



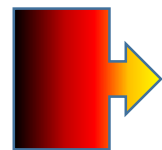
A chacun son slogan



Haribo c'est beau la vie...



Des marques issues de la guerre



Des noms curieux



# LES PRODUITS ALLEMANDS

L'Allemagne est la 4<sup>ème</sup> puissance économique mondiale, derrière les États Unis, La Chine et le Japon, et la plus grande puissance industrielle et économique de l'Europe.

Son industrie est très forte dans les domaines de la construction automobile, de l'électrotechnique, de la construction mécanique et dans la chimie.

Pour manger, pour nous déplacer, pour nous soigner, pour nous habiller, pour regarder la télévision ou écouter la radio, pour faire la cuisine, pour bricoler, pour entretenir le jardin ou cultiver les champs, et même pour écrire, nous utilisons très souvent des produits de marques Allemandes.



Dans les pages suivantes, tu trouveras :

- 4 planches de 12 cartes portant les logos de marques allemandes connues en France



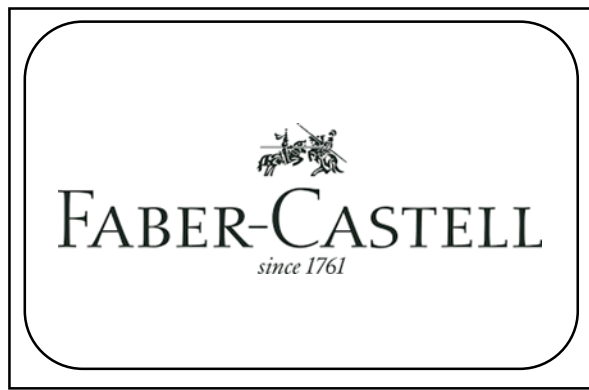
- 8 fiches correspondant à des lieux où l'on pourrait rencontrer des produits de ces marques.



Clique sur les carrés pour imprimer toutes ces pages, puis découpe les cartes et place-les sur les « fiches lieux » qui te semblent convenir.



Tu pourrais en profiter pour apprendre le nom des différentes pièces d'une maison. Clique sur Willi, il te donnera quelques indications.



NIVEA

BOSCH

BOSS  
HUGO BOSS

  
Schwarzkopf

TELE  
FUN  
KEN

  
PUMA®

Miele

BRAUN

ESPRIT

 AEG

Rowenta

  
adidas®





Ravensburger



Milka

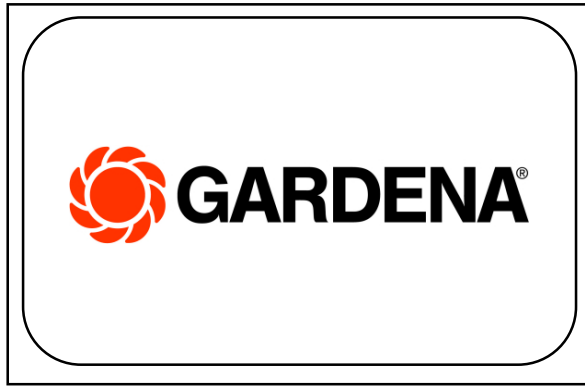
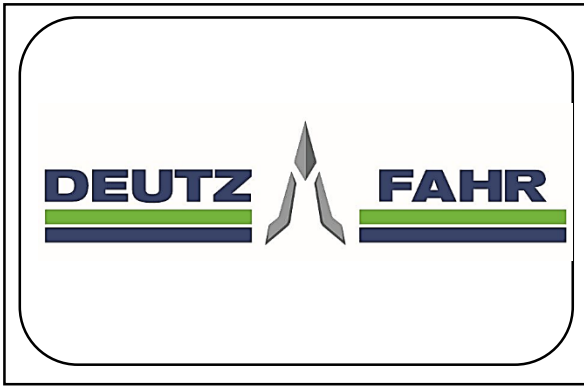
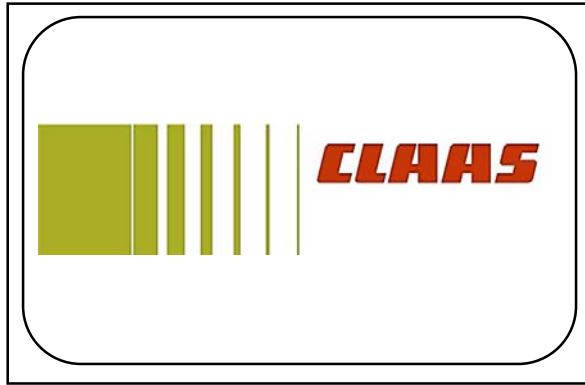
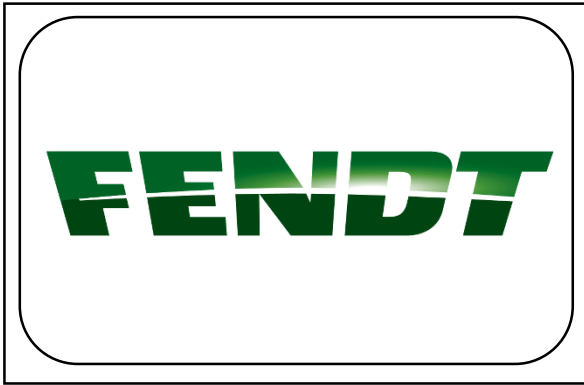


Ritter  
SPORT



MAN





# In der strasse



# In der schule



**im badezimmer**



# in der küche



in den raum



im wohnzimmer

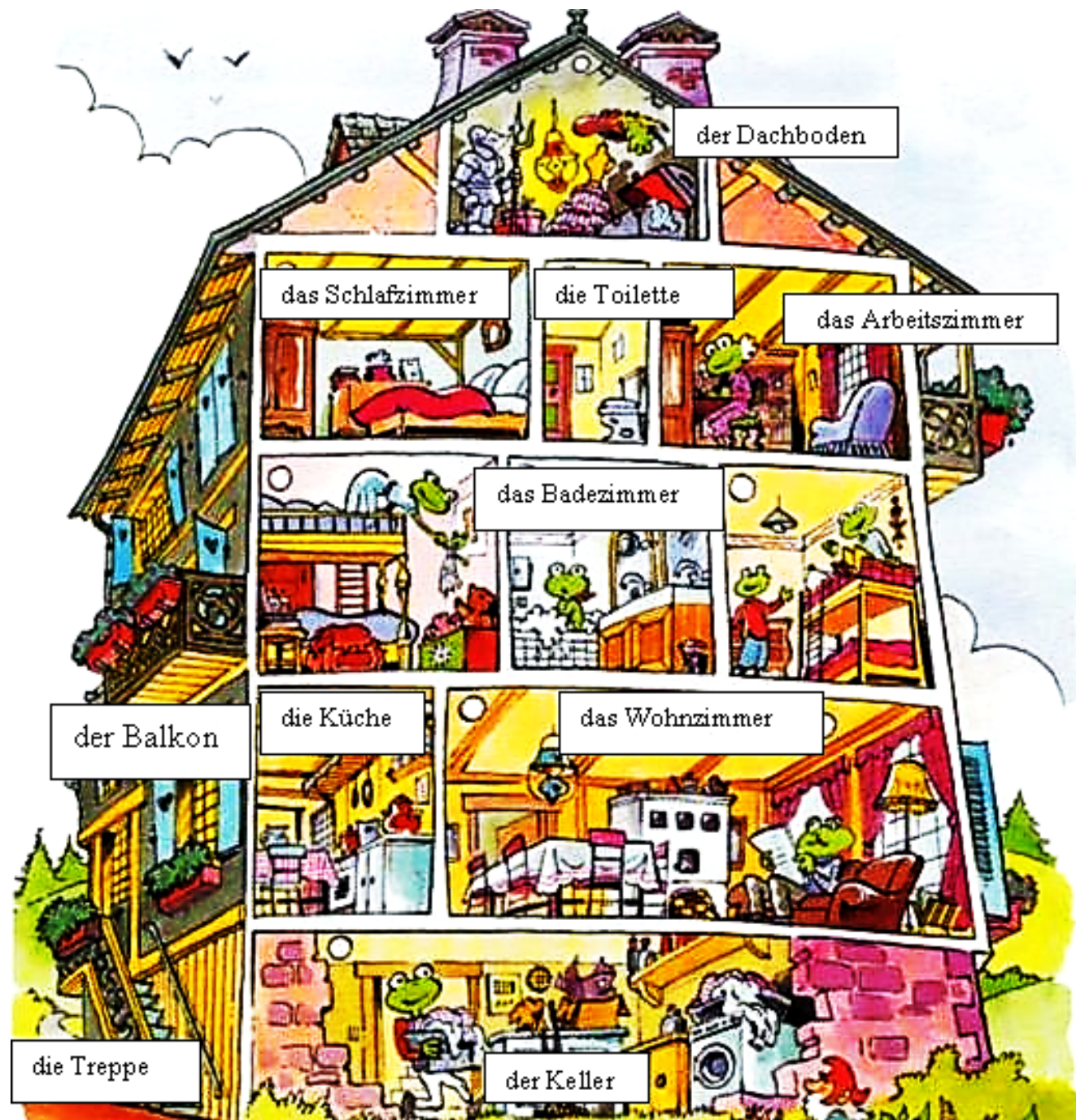


in der garage



# auf dem land





# A CHACUN SON SLOGAN

Pour mieux se faire connaître, et pour convaincre les acheteurs en disant ce qui est important pour elles, les marques industrielles utilisent parfois des slogans.

Ce sont des phrases courtes ou quelquefois seulement des mots accolés les uns aux autres.

Exemples : DECATHLON, à fond la forme! Seb: C'est bien. Mars : Et ça repart !



Dans les pages suivantes, tu trouveras :

- Une planche de 15 cartes contenant les slogans publicitaires en allemand.
- Une planche de 15 cartes contenant la traduction française des slogans.
- Deux planches présentant les logos des entreprises auxquelles sont attachés ces slogans.

Clique sur les carrés pour imprimer toutes ces pages, puis découpe les cartes.

Regroupe les cartes par trois pour constituer des ensembles contenant le logo de l'entreprise, le slogan en allemand et le slogan traduit en français.



Et si tu voulais vendre, des meubles, du parfum, des vêtements ou d'autres produits de ton choix en Allemagne, quel slogan choisirais-tu?

En t'aidant d'un dictionnaire et en te faisant aider par un adulte, écrit ton slogan en allemand, puis apprend à le prononcer avec l'accent allemand.

A partir de ce slogan, demande à tes camarades de deviner quel produit tu veux vendre.

Quadratisch.  
Praktisch.  
Gut.

Das Auto.

Immer  
besser.

Macht kinder  
froh,  
und  
erwachsene  
ebenso.

Technik fürs  
leben.

Wir leben  
Autos.

Das Beste  
oder nichts.

Aus gutem  
grund.

Ihre  
Gesundheit -  
unsere  
Leidenschaft.

Perfekt in  
form und  
funktion.

Pure freude  
an wasser.

Genuss  
seit 1889.

Im falle eines  
falles.

Freude am  
Fahren.

Vorsprung  
durch  
Technik.



Carré.  
Pratique.  
Bon.

L'auto.

De mieux en  
mieux.

Rend les  
enfants  
heureux et  
les adultes  
ainsi.

La  
technologie  
pour la vie.

Nous vivons  
automobiles.

Le meilleur  
sinon rien.

Une bonne  
raison.

Votre santé -  
notre  
passion.

Parfait dans  
la forme et la  
fonction.

La pure joie  
de l'eau.

Le plaisir  
depuis 1889.

Juste au cas  
où.

La joie  
de la conduite.

L'avance par  
la  
technologie.





**GROHE**

The Grohe logo features the word 'GROHE' in a bold, blue, sans-serif font. Below the text are three horizontal, wavy blue lines that resemble water or sound waves.

**GRUNDIG**



**BOSCH**

**UHU**





**Volkswagen**



Mercedes-Benz

**Miele**

 **AEG**



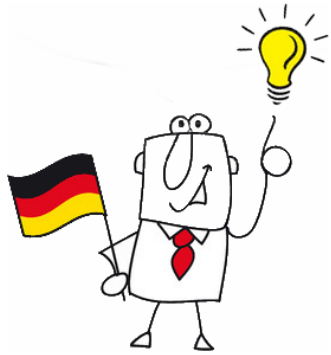
**Audi**



# HARIBO C'EST BEAU LA VIE...

Ours d'or, Dragibus, Tagada, Chamallow... Haribo est la marque de friandises la plus connue en France. Tous les OURS D'OR produits en une année mis bout à bout correspondraient à quatre fois le tour de la Terre avec une longueur de 160.306 km.

La société HARIBO tient son nom de son créateur **H**ans **R**iegel et de sa ville d'origine **B**onn.



- Clique sur les images ci-dessous pour découvrir des paquets de bonbons. (Clique ensuite sur le paquet pour revenir à cette page.)
- Essaie de comprendre ce qui est écrit sur les paquets pour connaître les saveurs des bonbons.
- Écris sur un papier les mots que tu as cru comprendre avec la traduction à laquelle tu penses.



Clique sur Willi, il va te fournir le dessin d'un paquet de bonbons que tu pourras imprimer. C'est maintenant à ton tour d'inventer des bonbons.

En t'aidant d'un dictionnaire et en te faisant aider par un adulte, trouve des noms de saveurs fruitées en allemand.

Colorie le paquet en choisissant les couleurs qui conviennent à tes bonbons et écris les différentes indications.

Demande ensuite à tes camarades de deviner le goût de tes bonbons.

# HARIBO

HARIBO MACHT KINDER FROH

Das Original  
seit 1922



UND ERWACHSENE EBENSO

# GOLDBÄREN

FRISCH

FRUCHTIG

BÄRIG GUT

# HARIBO

HARIBO MACHT KINDER FROH

Lecker,  
würzig



UND ERWACHSENE EBENSO

# SALZ BREZELN

# HARIBO

HARIBO MACHT KINDER FROH



**NEU:**  
mit Brausefüllung

KIDS AND GROWN-UPS LOVE IT SO,

## FRUCHT- und COLA- SCHNECKEN

# HARIBO

HARIBO MACHT KINDER FROH



UND ERWACHSENE EBENSO

gefüllt

# Jogi-Bussi

# HARIBO

KIDS AND GROWN-UPS LOVE IT SO,



THE HAPPY WORLD OF HARIBO

# PFIRSICHE

# HARIBO

HARIBO MACHT KINDER FROH

MEIN  
FRÖSCHLI !

UND ERWACHSENE EBENSO

# QUAXI

FRÖSCHLI



# HARIBO

## INGWER-ZITRONE

HARIBO MACHT KINDER FROH UND ERWACHSENE EBENSO

ERFRISCHEND  
**SCHARF!**

Mit echtem Ingwer & Zitronensaft



# HARIBO

*Geod Käfer's*

## FRUCHTGUMMI

## MÖPSE

HARIBO MACHT KINDER FROH

*extra  
sauer*

UND ERWACHSENE EBENSO



# HARIBO

HARIBO MACHT KINDER FROH



UND ERWACHSENE EBENSO

# BÄRCHEN- PÄRCHEN

# HARIBO

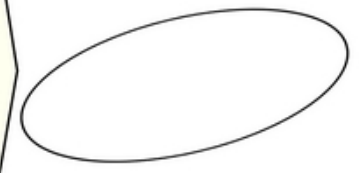
HARIBO MACHT KINDER FROH



UND ERWACHSENE EBENS

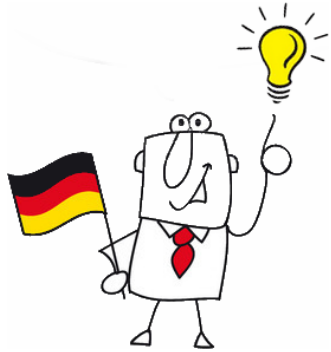
freche  
**Füchse**

**HARIBO**



# DES MARQUES ISSUES DE LA GUERRE

Plusieurs marques allemandes doivent leur existence à la seconde guerre mondiale. En voici quelques exemples.



Clique sur Willi pour qu'il te raconte l'histoire.  
(Puis clique sur la flèche pour revenir à cette page.)



- Une PORSCHE pour tout le monde.



- Une boisson fantastique.



- Des frères ennemis.

Depuis 1930, la marque américaine COCA COLA avait installé, en Allemagne, la filiale « COCA COLA GmbH ». Elle comptait 43 usines et produisait 5 millions de bouteilles par an. Un grand nombre d'Allemands étaient persuadés que le Coca Cola était une boisson allemande.

Lorsque la guerre est déclarée, le gouvernement des États-Unis interdit le commerce de Coca-Cola en Allemagne. Les Allemands commencent à mener des expériences afin de créer une boisson capable d'atteindre des chiffres de ventes similaires à ceux de Coca-Cola. Ils élaborent ainsi une boisson à la saveur fruitée. La formule variait en fonction des ingrédients qu'ils possédaient. Le breuvage contenait généralement de la pulpe de pomme employée pour la production de cidre et des ingrédients provenant de l'industrie du fromage.

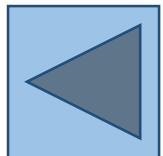
Mais il manquait un nom à la nouvelle boisson. Pour Max Keith, le directeur de COCA COLA GmbH, le nom doit surprendre et être facile à mémoriser. Il organise un concours, tout en présentant le nouveau produit comme « fantastisch » (fantastique) et la formule comme « fantasievoll » (pleine de fantaisie). Joe Knipp, un vendeur, propose alors le nom Fanta.

Les ventes commencent directement et plus de trois millions de bouteilles sont vendues en 1943.

A la fin de la guerre, les alliés détruisent les 43 usines de Fanta d'Allemagne.

Le Coca-Cola est finalement réintroduit dans une Allemagne en ruine et les ingrédients rudimentaires du Fanta sont modifiés.

A la fin des années 60, Coca-cola rachète Fanta et commence à exporter la boisson aux États-Unis.



Tout a commencé dans les années 20 en Allemagne, à Herzogenaurach (en Bavière), où grandissent deux frères âgés d'une vingtaine d'années : Adolf Dassler (surnommé Adi), qui passait déjà son temps à fabriquer des chaussures de sport, et Rudolph, son grand frère âgé de 22 ans, qui avait choisi de suivre une formation dans la police.

Adolf décide de réaliser son rêve en 1918, il ouvre sa propre fabrique de chaussures dans l'ancienne laverie de sa mère. Au début, il utilise des moyens tout à fait rudimentaires : juché sur son vélo, il arpente les rues afin de chiner de quoi fabriquer des chaussures : des morceaux de musettes et de casques pour faire les semelles et des morceaux de parachute en guise de revêtements. Pour les fabriquer, il utilise son vélo connecté à une dynamo et fait pédaler un de ses deux employés pour produire l'électricité nécessaire. En 1921, Rudolph rejoint son frère et met son sens inné du commerce au profit de l'entreprise qui va rapidement se développer.

Hitler mit ensuite en place une politique de mobilisation totale, tous les hommes pouvaient alors être appelés au front... Ce qui fut le cas de Rudolph... mais uniquement de lui ! Très en colère il décida de faire fermer l'entreprise pour la mettre à disposition de l'armée Nazi. Après avoir déserté de l'armée, Rudolph fut arrêté par la Gestapo puis étrangement libéré, et arrêté une seconde fois mais cette fois par l'armée Américaine.

A l'origine les deux frères étaient partisans d'Hitler, mais Adi s'est vite détaché des idéaux de celui-ci tandis que Rudolph continuait de suivre le parti (c'est pourquoi il était certain qu'il devait sa deuxième arrestation, par les Américains, à son petit frère...).

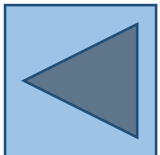
Tandis que Rudolph était toujours détenu par les Américains, tout allait pour le mieux dans la fabrique allemande qui avait trouvé une nouvelle clientèle, désormais américaine ! Et c'est d'ailleurs l'armée américaine qui fournissait alors la fabrique d'Adolph en matériaux pour fabriquer ses produits.

Après avoir été finalement libéré par l'armée allemande, Rudolph revint près de son frère, mais ils avaient perdu toute confiance l'un en l'autre, et décidèrent de se séparer et de partager le matériel de l'entreprise, non sans heurts et disputes.

Du « divorce » Dassler sont nées deux entreprises : celle d'Adolph Dassler, et celle de Rudolph Dassler. Pour le nom, ils eurent tous deux même idée : prendre le début de leur prénom, et l'accoler à la première syllabe de leur nom de famille.

Pour Adolph cela donnait : «Adidas», et pour Rudolph cela donnait : «Ruda». Rudolf trouva ce nom peu vendeur et il chercha un nom de deux syllabes assez proche et facilement prononçable dans le monde entier : « Puma ».

Ces deux nouvelles sociétés étant voisines et sur le même marché, la guerre entre les frères Dassler recommença de plus belle.



Tout commence pendant les années 1930, Hitler pense que tout le monde doit avoir la possibilité de la possession d'une automobile. La raison étant que l'Allemagne venait de construire des autoroutes qui étaient "vides", à l'exception de quelques automobiles. Ferdinand Porsche a proposé à Hitler de l'aider à réaliser l'idée du « *volkswagen* », car Ferdinand avait le rêve de créer une voiture populaire.

En 1932 le premier prototype est construit.

Les premiers prototypes sont appelés KdF-wagens ( Kraft durch Freude = " la force par la joie ", KdF était aussi le nom d'une vaste organisation de loisirs dans l'Allemagne nazie).

En 1936 Hitler renomme la société "Volkswagen".

L'usine se trouvait dans la ville de KdF-Stadt, appelée Wolfsburg du nom du château sur laquelle elle était construite. À ce moment là, l'usine avait seulement produit un petite nombre de voitures, quand la seconde Guerre mondiale commence en 1939.

L'usine est alors placée sous l'autorité de l'armée avec la production d'armes et de véhicules spécifiques. À cause de la guerre, la production de la type 1 est repoussée.

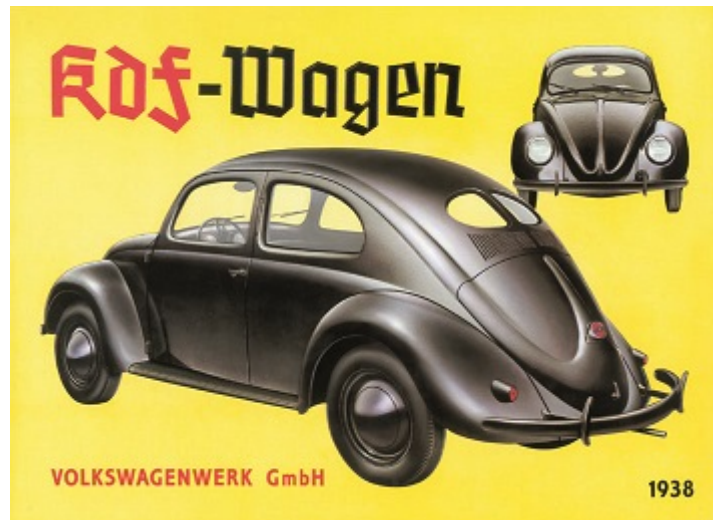
Mai 1945, c'est la fin de la seconde Guerre mondiale et l'usine de Wolfsburg est détruite. Wolfsburg se trouve alors sous autorité des troupes américaines et selon les accords entre pays alliés, la région est "remise" aux forces britanniques.

Un major de l'armée britannique, Yvan Hirst, est envoyé pour évaluer le taux de destruction. Parmi les ruines, il retrouve deux Kdf-wagens reconstruites par quelques ouvriers. Yvan Hirst est tellement "attiré" par ces deux voitures "bizarres" qu'il décide de remettre l'usine en état de fonctionnement.

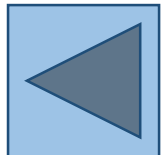
Quand les premiers véhicules sont vendus aux Allemands, un grande nombre de types 1 sont exportés au États-Unis, où le succès est très fort.

Des millions de voitures seront vendues dans le monde entier.

Aujourd'hui, le groupe Volkswagen est l'un des plus importants constructeurs d'automobiles au monde.



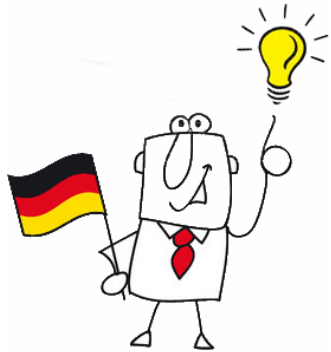
# Volkswagen





# DES NOMS CURIEUX

Certaines marques allemandes ont des noms qui ont une signification. En voici quelques exemples.



Clique sur Willi pour qu'il te raconte l'histoire.  
(Puis clique sur la flèche pour revenir à cette page.)



- La marque au point bleu.



- Une tête noire qui mousse.



- De drôles d'oiseaux.



Et si, toi aussi, tu créais une entreprise allemande de papeterie.

Clique sur Willi pour découvrir des noms d'oiseaux.

Choisis l'un d'entre eux et imagine et dessine le logo de ton entreprise (Le nom associé à un dessin).

En 1923, tandis que la radio faisait ses premiers pas en Allemagne, l'entreprise « Ideal » était créée à Berlin. Dans un premier temps, elle a fabriqué des écouteurs. Chaque pièce unique était soigneusement contrôlée par des techniciens et marquée avec un symbole de qualité - le point bleu.

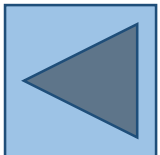
Il n'a pas fallu attendre longtemps pour que les acheteurs demandent tout simplement les écouteurs au point bleu. Le symbole de qualité est devenu une marque, et même le nom de l'entreprise.

C'est ainsi qu'« Ideal » est devenue BLAUPUNKT en 1938.

La marque Ideal a été la première à fabriquer des autoradios en Europe en 1932. A cette époque, un autoradio coûtait le quart du prix d'une automobile.

La société BLAUPUNKT produit aussi des téléviseurs, des postes de radio et des systèmes GPS. Elle reste aujourd'hui une référence parmi les fabricants d'autoradio.

# **BLAUPUNKT**



En 1898, Hans Schwarzkopf, expert chimiste de Berlin, ouvre une petite droguerie avec une section parfums réputée.

Hans n'apprécie pas les huiles coûteuses et les savons agressifs qui sont utilisés pour laver les cheveux et désire trouver une meilleure solution. Son premier produit mis sur le marché est un "shampooing en poudre" qui se dissout dans l'eau. Cette solution simple d'utilisation et accessible devient un succès immédiat.

Bientôt, Hans fournit son fameux "shampooing à la tête noire" (en référence à son nom) à toutes les drogueries de Berlin, avec une distribution internationale en Hollande et en Russie qui ne tarde pas à suivre.

En 1927 Hans Schwarzkopf introduit le premier shampooing liquide jamais lancé sur le marché.

En 1947 Schwarzkopf révolutionne le marché allemand et permet aux femmes de réaliser une permanente sans qu'il soit nécessaire de chauffer l'air à 100 degrés. Le premier produit de coloration à domicile jamais lancé – Poly Color – est également commercialisé.

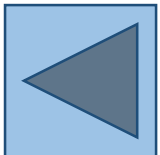
En 1951 la laque « Taft » est créée. En français, le taffetas est un tissu de soie très dense. Avec la laque « Taft », les cheveux sont comme maintenus par un voile avec un aspect soyeux.

La marque a maintenant fusionné avec Henkel AG & Co., une entreprise allemande présente dans trois domaines d'activités : les détergents et l'entretien de la maison, la beauté, et les colles et adhésifs.

La marque Schwarzkopf professional est aujourd'hui un des principaux fabricants de produits capillaires.

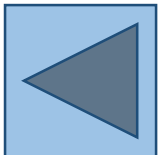


**Schwarzkopf**  
P R O F E S S I O N A L



Au 19<sup>ème</sup> et 20<sup>ème</sup> siècles, les entreprises de l'industrie papetière avait pour tradition de prendre des noms d'oiseaux.

- En 1932, August Fischer, qui fabriquait des encres, des tampons encres, des peintures et des adhésifs, invente la première colle en résine synthétique limpide prête à l'emploi, avec laquelle on peut assembler plusieurs éléments. Elle peut s'appliquer aux premières matières plastiques. August Fischer pense à la vente de sa colle au grand public. Il en fait une fourniture de bureau et lui donne le nom de UHU, le hibou grand-duc en allemand, qui vit dans la Forêt-Noire, près de laquelle la société est implantée. Cette appellation est choisie parce qu'elle est facile à prononcer dans toutes les langues.
- En 1838, le chimiste Carl Hornemann fonde une usine de peinture et d'encre à Groß Munzel près de Hanovre. En 1871, Günther Wagner a pris la direction de l'entreprise et a utilisé en 1878 le logo du pélican (les armoiries de sa famille) en tant que la marque de l'entreprise. Le pélican, est un symbole de l'entraide et du sens de la famille.
- En 1859 à Stuttgart, Albert Martz a fondé la société Marabu (Marabout). L'entreprise a commencé en produisant des instruments de dessin et des couleurs pour les artistes. Elle s'est ensuite spécialisée dans la fabrication de peintures et d'encres d'imprimerie.
- En 1855, alors que tous les fabricants de crayons de Nuremberg œuvrent encore entièrement à la main, les marchands Georg Grossberger & Hermann Kurz décident de concevoir leurs crayons à l'aide d'un procédé mécanique. L'entreprise se développera avec l'arrivée de Gustav Schwanhäusser, un jeune homme énergique de 25 ans faisant preuve d'une grande habileté technique et commerciale. C'est lui qui décida de faire du cygne (Schwan) - en clin d'œil à son nom de famille - l'emblème de ses crayons et de l'associer à la marque "Schwan-Bleistift-Fabrik« (Usine de crayons du cygne). Maintenant, la marque Schwan Stabilo est un des producteurs les plus importants de crayons, stylos et surligneurs.



## Quelques noms d'oiseaux pour t'aider

- der Adler => l'aigle
- der Buchfink => le pinson
- der Nachtvogel => l'oiseau de nuit
- der Pelikan => le pélican
- der Raubvogel => le rapace
- der Spatz => le moineau
- der Uhu (s) => le grand-duc
- der Zugvogel => l'oiseau migrateur
- die Amsel => le merle
- die Drossel(n) => la grive
- die Elster => la pie
- die Eule => la chouette
- die Friedenstaube => la colombe
- der Geier => le vautour
- die Meise => la mésange
- die Nachtigall => le rossignol
- die Schwalbe => l'hirondelle
- die Turteltaube => la tourterelle

