



## On a testé pour vous Le jeu du **logo** et des marques

On pourrait croire que l'équipe de Vie pratique Jeux ne fait que s'amuser...  
Eh bien, c'est presque vrai. Pour nos lecteurs, nous avons pris le temps de jouer  
à la nouveauté de chez Lansay. Une réelle partie de plaisir!

### But du jeu

Arriver sur la case Logo le plus rapidement possible pour répondre à une ultime question et être le vainqueur!

### Les trois types de cartes

#### • Cartes illustrées

Recto : illustration (logo d'une marque ou image de produit).

Verso : quatre questions relatives à la marque ou au produit montré.

#### • Cartes thèmes

Recto : nom du thème.

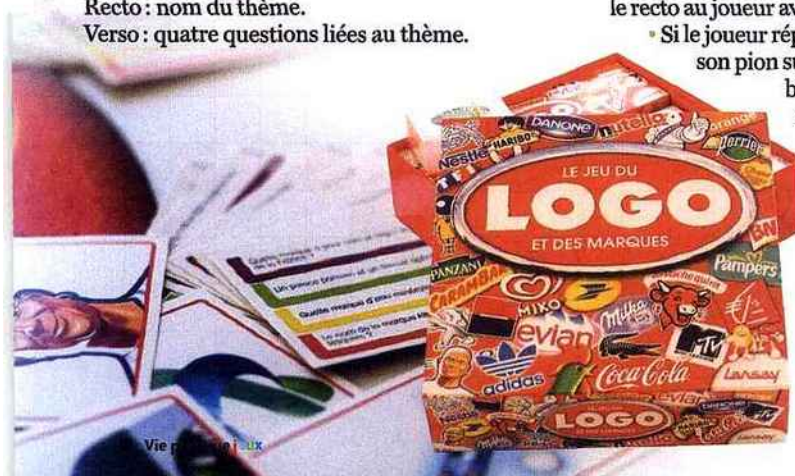
Verso : quatre questions liées au thème.

#### • Cartes aléatoires

Verso : quatre questions qui concernent des marques ou produits qui n'ont pas de rapport entre eux.

### Déroulement de la partie :

- Le joueur le plus jeune commence.
- Le joueur à sa droite devient alors « l'animateur » pour ce tour. C'est la personne chargée de lire les questions. Il prend la première carte de la boîte et pose la première question au joueur. S'il s'agit d'une carte illustrée ou à thème, il doit en dévoiler le recto au joueur avant de poser la question.
  - Si le joueur répond correctement, il déplace son pion sur la première case. À chaque bonne réponse, on déplace le pion sur la couleur correspondant à la question. Le tour s'arrête dès qu'une mauvaise réponse est donnée ou si le joueur répond correctement aux quatre questions de la carte.
  - Quand un joueur a atteint la case finale, l'animateur lui pose directement la question rouge de la carte en cours.



Par **Jérémy Diaz**

## L'AVIS DE LA REDACTION



**MORGANE (JOURNALISTE)**

J'ai trouvé les questions très intéressantes. Il y a évidemment celles sur les slogans et les pubs, mais on en apprend aussi beaucoup sur l'histoire des marques et notamment leur origine ! De plus, le jeu recouvre vraiment une large gamme de logos ! Il n'y a pas que des produits de consommation de masse, on peut trouver des maisons d'édition au milieu de marques de détergent, je trouve ça assez génial !

**JÉRÉMY (JOURNALISTE)**

C'est avec plaisir que j'ai testé ce nouveau jeu ! Je ne pouvais pas perdre ! Et pourtant... Je suis sûr que certains ont triché parce que, quand même, ils sortaient des réponses de je ne sais où ! (non je ne suis pas mauvais perdant). En tout cas, j'ai été ravi d'apprendre que Barbie avait été présidente des États-Unis en 1992 et que Jules Verne avait envoyé de la soupe Liebig sur la lune !



**SERGE (JOURNALISTE)**

C'est un jeu très ludique, fous rires assurés ! Il s'adresse plus aux ados et aux adultes qu'aux enfants, même si les petits peuvent répondre à quelques questions. Un conseil, si vous en avez la possibilité, jouez en équipe c'est dix fois plus drôle et cela permet d'intégrer les plus jeunes dans la partie.

**THOMAS (DIRECTEUR ARTISTIQUE)**

J'ai passé un très bon moment, mais j'avoue que je n'ai pas trop respecté les règles. On s'est plutôt amusé à prendre des cartes au hasard et à se poser les questions ! A la fin de la partie, on s'est quand même dit : « C'est fou comme on est conditionnés ! » Le nombre de slogans et d'images qu'on retient sans s'en rendre compte, ça fait peur !



Le jeu du logo et des marques, 22 €, Lansay.

