

# Vignerons Indépendants de France

# Charte graphique

édition 2014



## L'union fait la force, l'unité fait l'efficacité.

**Pour augmenter sa lisibilité et sa reconnaissance  
auprès du public, le logo se modernise.**

La Confédération des Vignerons Indépendants de France met à votre disposition la charte graphique et d'utilisation du logo. Tous les éléments techniques

nécessaires à l'impression du logo sur tout support s'y trouvent. Ce guide a pour but d'harmoniser et renforcer la lisibilité de toutes nos actions de communication, les vôtres, vigneron indépendants, celles des fédérations et du national.

Chacun possède ses habitudes de mise en page, ses préférences : la créativité de chacun doit pouvoir s'exprimer, la charte graphique

offre le cadre de référence au sein duquel chacun des documents doit trouver sa place. La charte graphique doit être remise à tout imprimeur ou graphiste chargé de la réalisation d'un support.

Pour tout usage dont les caractéristiques ne figurent dans ce document, le service communication peut répondre à vos choix graphiques. Je suis persuadé de l'intérêt que vous porterez au respect de cette charte, donnant de notre identité de Vignerons Indépendants une image forte et cohérente.

Michel Issaly  
Président des Vignerons Indépendants de France

Service Communication  
18, avenue Winston Churchill - CS 60009  
94227 CHARENTON-LE-PONT CEDEX  
Tél. : + 33 (0) 1 53 66 33 00  
fax : + 33 (0) 1 53 66 33 01  
info@vigneron-independant.com  
[www.vigneron-independant.com](http://www.vigneron-independant.com)

# Le logo

## Vigneron Indépendant

**Le dessin du logo est immuable. Sa force est de rester une image unique, utilisée par tous.**

- Quelles que soient les dimensions du logo, le rapport entre le visuel et le texte est fixe.
- Une attention particulière sera portée au respect des mises à l'échelle homothétiques (pas d'étirement du texte, pas de modification du rapport hauteur-largeur, etc).
- La hauteur du logo ne peut pas être inférieure à 12 mm (ou 8,5 mm de large).
- Il s'utilise exclusivement en 2 versions : en pavé\* et au filet.

\* Quand le support est blanc, le filet-cadre (blanc) de la version pavé n'est pas visible.



en pavé\*


**Personnage, typo et filet-cadre sont d'une seule et même couleur, quelle qu'elle soit.**



au filet

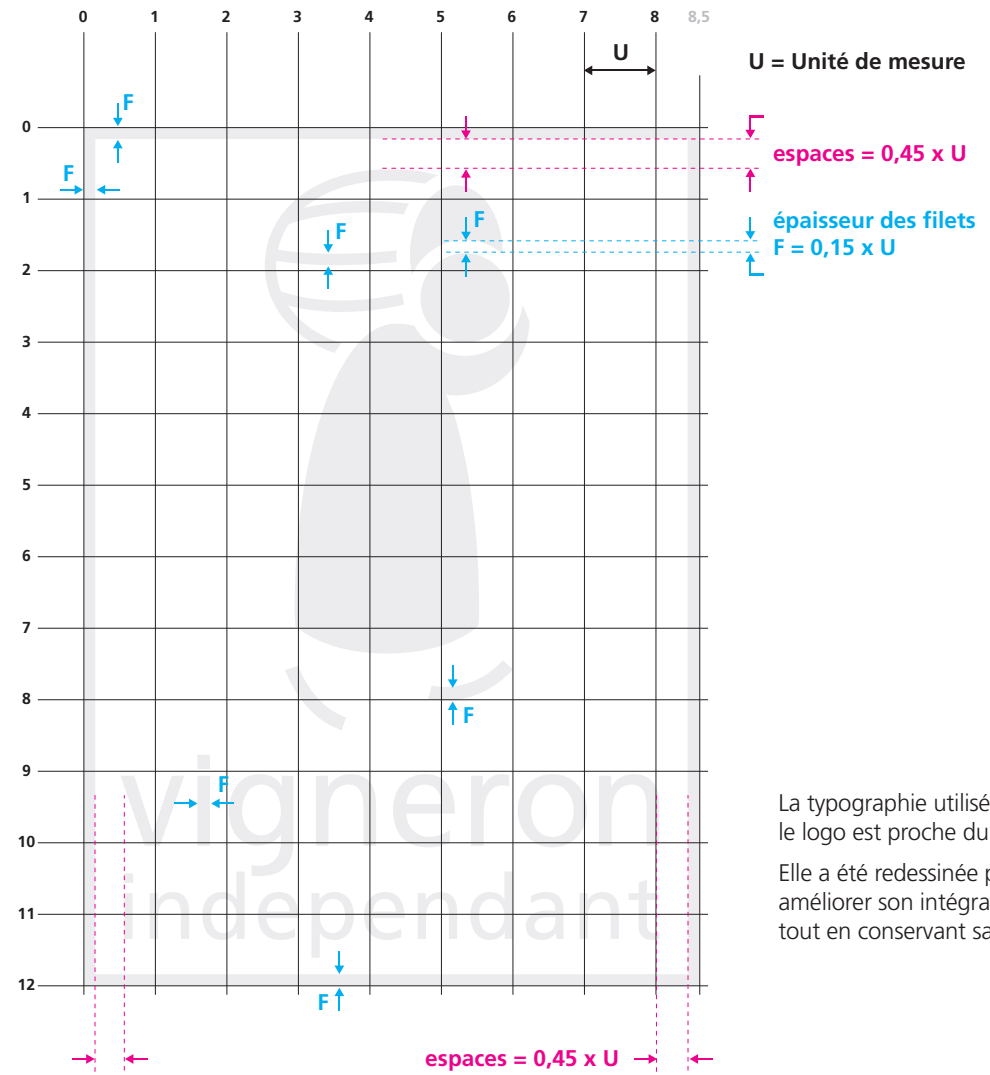
# Le logo gabarit et dimensions

- Le logo est construit selon un gabarit précis. Tout changement de dimension doit respecter ses proportions (homothétie) : l'agrandissement ou la réduction du logo restent liés à sa lisibilité.
- De l'homothétie pour une meilleure utilisation par les imprimeurs :
  - Pour connaître la hauteur du logo lorsqu'on fixe la largeur, le calcul est :  $\text{largeur} \times 1.40 = \text{Hauteur}$
  - Pour connaître la largeur du logo lorsqu'on fixe la hauteur, le calcul est :  $\text{hauteur} \times 0.714 = \text{Largeur}$

8,5 mm  
12 mm  
  
**Taille réelle mini**

**La taille minimum de reproduction du logo** est à respecter quelle que soit son utilisation. En l'utilisant plus petit, même la meilleure qualité de reproduction ne permettrait plus de lire.

- Le service communication et votre fédération peuvent vous fournir le logo sous forme de fichiers numériques utilisables par tous les professionnels de l'imprimerie.



La typographie utilisée pour le logo est proche du Frutiger. Elle a été redessinée pour améliorer son intégration tout en conservant sa lisibilité.

# Les couleurs d'impression

Vous pouvez affirmer votre identité de Vigneron Indépendant en apposant notre logo sur tous vos supports de communication : **affiches, dépliants, publicité, papeterie, étiquettes, capsules, sites internet, blogs...**

- Quand il est utilisé sur un fond coloré, le filet cadre détache le logo.
- Sur fond photo ou mixte, il est recommandé d'utiliser la version "pavé" du logo. Ci-contre une série non exhaustive d'exemples de déclinaisons possibles.
- La version "pavé" du logo peut être déclinée en différentes teintes par votre imprimeur, du moment que la règle "personnage, typo et filet-cadre" est respectée.
- La couleur la plus couramment utilisée est le "**rouge**" institutionnel :

#### Pour l'imprimerie :

Impression en quadrichromie %

C : 0 - M : 100 - J : 60 - N : 40

Impression en tons directs

Pantone 201 C sur support brillant

#### Pour les écrans :

R : 153 - V : 0 - B : 0

Web : 990000



sur fond blanc



sur fond pastel



sur fond rouge



sur fond clair



sur fond sombre



sur fond sombre



sur fond photo



sur fond mixte



sur fond monochrome

# Les couleurs d'impression

## Les capsules

**Le choix des couleurs est important pour conserver une bonne lisibilité.**

■ La version "filet" du logo est la plus utilisée sur les capsules.

■ Voici quelques exemples de marquage\* sur les capsules, dans leurs couleurs les plus utilisées :

le personnage, la typo et le filet-cadre sont imprimés d'une même couleur (argent, or, noir, blanc...) la plus lisible possible par rapport au fond.

\* ces illustrations ne sont pas en taille réelle.



# Les couleurs d'impression

## Les emballages

Partout, le logo reste le symbole visible de votre appartenance à notre mouvement.

- Voici des exemples d'impression sur métal, liège, plastique, papier, carton, marquage au fer ou gravure laser sur bois, verre sablé...
- Quelles que soient la matière ou la couleur du support, le personnage, la typo et le filet-cadre du logo restent d'une seule et même couleur.



verre sablé



flexographie



flexographie



sérigraphie



sérigraphie



marquage au fer



vignette adhésive



vignette adhésive

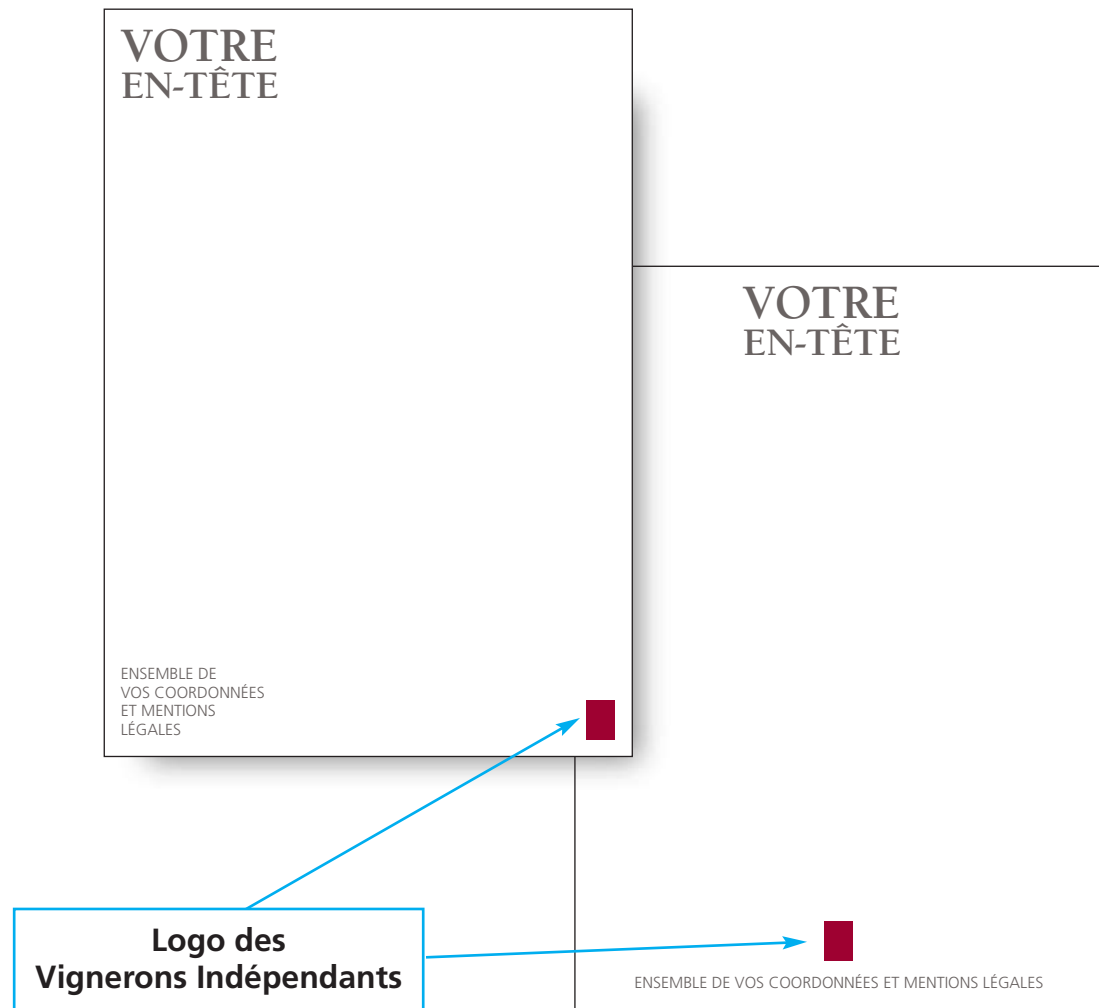


vignette adhésive

# La papeterie des Vignerons

Vous pouvez également affirmer votre identité et votre appartenance aux Vignerons Indépendants de France en apposant le logo sur votre papier à en tête...

Voici des exemples de signature de votre papier à en tête en fonction de sa mise en page existante (calée à gauche, centrée...).



# Les interdits

## Un logo transformé n'est plus un logo.

Personnage, typo et filet-cadre sont indissociables et ne doivent être ni transformés, ni déformés...  
La force du logo est de rester une image unique, utilisée par tous.

- 1** Changements de proportions, inclinaisons, rotations,
- 2** ajouts, déplacements, créations, suppressions de filets ou de pavés,
- 3** changements dans la mise en couleur,
- 4** suppression du filet, changements de proportions, de disposition des éléments...

**Les transformations dénaturent le logo et sont donc à proscrire.**

