



VINITECH-SIFEL

Charte graphique 2016



UN SYSTÈME VÉGÉTAL, ÉVOLUTIF, ICONOGRAPHIQUE

La nouvelle identité graphique de Vinitech-Sifel puise dans l'univers de la culture de la terre pour créer un système évolutif, qui vit librement selon le support de communication, la cible et le sujet abordé.

CONSTRUCTION

LE BLOC MARQUE CARRÉ : carrefour des métiers et des compétences

Le nom du salon est placé
au centre d'un **bloc carré**,
symbolisant une véritable
zone de rencontre.

Il y a un **effet de convergence**
autour du salon, qui s'établit
dans cette forme à la fois **stable**
et forte.

Le carré permet aussi de faire
vivre la marque sans sa collection
de pictogrammes, tout en lui
apportant un réel **ancrage**
identitaire.

LE NOM DU SALON : clarté et légitimité

Au sein du carré, l'identité
du salon est dévoilée : Vinitech
et Sifel ont une importance
équivalente (taille du corps
similaire) et sont reliés par quatre
points, qui symbolisent **les pôles**
du salon et l'échange entre 4
personnes.

Présenté en lettres capitales,
le nom conserve toute sa
lisibilité et gagne en **puissance** :
un événement d'ampleur.

La **légitimité** du salon est
renforcée avec l'association
de la **signature institutionnelle**.
Un **filet** vient alors soutenir le
nom et la mention « LE SALON
MONDIAL vitivinicole, arboricole,
maraîcher » complète le bloc
marque.

Cette signature intègre un double
objectif : positionner l'événement
comme **référence internationale**,
renseigner sur son format
et ses sujets (secteurs
d'activités).

LE SYSTÈME DE PICTOGRAMMES : réseau mondial des professionnels

Autour du bloc carré, le système
de pictogrammes évolue
librement pour **refléter les**
thématiques traitées dans le
salon, les **produits et services**
proposés...

Ce système iconographique crée
une toile, un réseau convergent
autour du bloc marque. Nous
positionnons ainsi Vinitech-Sifel
comme un carrefour des réseaux
professionnels dans
les mondes vitivinicoles,
arboricoles et maraîchers.

Selon le support, le sujet abordé
ou le besoin de communication,
le système de pictogrammes
peut évoluer.

3 CAS D'UTILISATION



LE LOGOTYPE COMPLET

Pour les visuels-clés de communication, les grands formats et les supports comportant peu de contenus textuels

Taille minimale d'utilisation : 105 mm de haut



LE BLOC MARQUE

SANS PICTOGRAMMES

Pour les communications courantes, les petits/moyens formats ou les supports riches en contenus textuels

Taille minimale d'utilisation : 38 mm de haut



LE BLOC MARQUE ALLÉGÉ

Pour les petits et très petits formats, pour les supports aux contraintes fortes (ex : réseaux sociaux, supports partenaires, etc.)

Taille minimale d'utilisation : 15 mm de haut

PICTOGRAMME

La taille minimale d'utilisation des pictogrammes est de 4 mm de haut



TYPOGRAPHIE

Le logotype Vinitech-Sifel exploite une polices de caractère :

A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t
u v w x y z

, ; : ? . / » ' (§ !) - = - + *

HELVETICA,

Utilisée dans la signature de marque
et dans les textes courants

- Une typographie de référence, lisible et esthétique
- De nombreuses graisses existantes pour une grande facilité d'exploitation

COULEURS

Le logotype évolue en monochromie,
selon différents contextes d'utilisation



LE LOGOTYPE VERT

Utilisable uniquement sur fond blanc



LE VERT

#nature
#feuille
#fruit
#légume

C 62 M 0 J 100 N 0

PANTONE : 154-8C

HEXA : #6fb52b

R : 112

V : 182

B : 44



LE LOGOTYPE NOIR 100%

Pour des utilisations spécifiques (ex : partenariats)
et des impressions NB



LE LOGOTYPE NOIR 80%

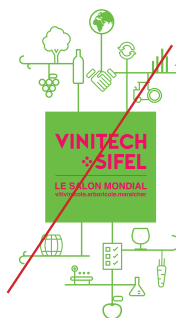
Pour des utilisations spécifiques (ex : partenariats)
et des impressions NB



LE LOGOTYPE BLANC

Utilisable en défoncé
sur un visuel de fond ou
sur un aplat de couleur

LES INTERDITS



Le logotype ne doit pas être utilisé dans une autre couleur que celles indiquées dans la charte

Le logotype ne doit pas être dénaturé, déformé, déstructuré.

LE LOGOTYPE SUR UN FOND



Si le logotype se retrouve sur un fond de différentes couleurs, ou une photo. La partie de la photo qui apparaît en transparence derrière la typo doit systématiquement être retravaillée, floutée ... afin de permettre une parfaite lisibilité

LA COMPAGNIE
HYPERACTIVE



20 rue Saint François, 33000 Bordeaux
bordeaux@compagnie-hyperactive.com
05 57 00 13 30