



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 Vitech-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

, ; : ? . / » ' (§ !) - = - + *

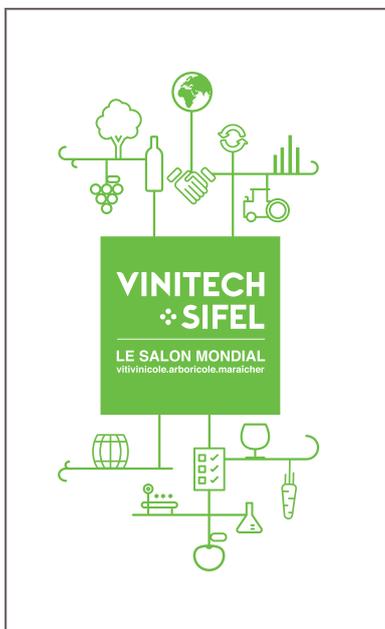
HELVETICA,

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 spéci-
fiques (ex : partenariats)
et des impressions NB



LE LOGOTYPE NOIR 80%
Pour des utilisations spéci-
fiques (ex : partenariats)
et des impressions NB



LE LOGOTYPE BLANC
Utilisable en défoncé
sur un visuel de fond ou
sur un aplat de couleur

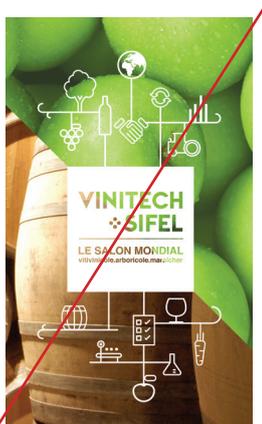
LES INTERDITS



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, destructuré.

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