

COSTIÈRES

DE NÎMES



GUIDE DE MARQUE
& CHARTE GRAPHIQUE

BIENVENUE

Imaginez une terre où le temps semble s'être arrêté, où les paysages naturels ont été préservés, où chaque pierre raconte une histoire qui remonte à l'antiquité. Cette terre, ce sont les Costières de Nîmes.

SOMMAIRE

01

Qui sommes-nous ?	P. 5
Vision, Mission, Positionnement	P. 6
Valeurs	P. 7
Personnalité	P. 9
Ton & Voix	P. 10
Découvrez les Costières	P. 11
Public cible	P. 12

02

Le logotype	P.17
L'univers identitaire	P.24
Les supports	P.30

GUIDE DE MARQUE

01

QUI SOMMES-NOUS ?

Les Costières de Nîmes rassemblent une famille de vigneronns au cœur du Sud de la France, entre Cévennes, Rhône et Camargue. Leurs vins sont le reflet de leurs valeurs, de leur culture méditerranéenne et de leur terroir à la fraîcheur déroutante.



VISION

Faire découvrir un terroir exceptionnel, naturel et préservé, et partager notre culture méditerranéenne, conviviale et colorée.



MISSION

Produire des vins authentiques, engagés dans la préservation du terroir et de sa biodiversité, qui sont le reflet de notre art de vivre.



POSITIONNEMENT

Terroir unique & atypique
Richesse culturelle & convivialité
Innovation & modernité

VALEURS

PARTAGE

Partager notre patrimoine pour construire la communauté et favoriser l'égalité.

RESPECT

Considérer chacun avec dignité, reconnaissant leur opinion et leurs droits indépendamment de leurs différences.

TRANSMISSION

Léguer nos savoirs, nos compétences ou des valeurs d'une génération à l'autre, assurer la pérennité du patrimoine culturel et intellectuel.

PLAISIR

Expérience d'une satisfaction profonde et agréable.





VALEURS

QUALITÉ

Efforts constants pour atteindre et maintenir des standards élevés.

RESPONSABILITÉ

Répondre de ses actes et tenir compte des conséquences de ses actions sur les autres et sur l'environnement.

INNOVATION

Création ou amélioration apportant des solutions nouvelles et des changements positifs.

RÉSILIENCE

Faire face, s'adapter, se relever face aux adversités en développant une force intérieure et une flexibilité.

PERSONNALITÉ

AUTHENTICITÉ | PASSION | QUALITÉ | INNOVATION

Nous sommes vrais et authentiques, avec un caractère passionné et dévoué à l'égard de la viticulture. Notre tempérament se retrouve dans notre accent.

Nous avons un profond respect pour notre terroir, nous transmettons nos traditions

viticoles et notre savoir-faire tout en étant ouvert sur l'avenir et l'innovation.

Nous sommes fiers de partager notre amour pour le vin et notre culture méditerranéenne festive et conviviale.





TON & VOIX

Authentique et chaleureux :

Refléter la passion et l'engagement des vignerons. Inviter à la découverte et à l'appréciation des nuances et de la diversité de chaque vin.

Educatif mais accessible :

Une communication informative qui met en lumière les spécificités du terroir, les méthodes de vinification tout en restant accessible à un public non expert.

Engagé et Responsable :

Mettre en avant l'engagement vers les pratiques respectueuses de l'environnement, adopter un ton qui souligne la responsabilité et l'innovation.

Inspirant et élégant :

Refléter la recherche constante de qualité des vins sans être prétentieux.

DÉCOUVREZ LES COSTIÈRES

Le vignoble des Costières s'étend le long du fleuve, depuis les bords du Rhône jusqu'aux portes de la Camargue, à quelques encablures de la Méditerranée.

Sa singularité ? Il est le seul à profiter d'une double influence : le côté minéral et solaire des galets roulés par le Rhône, où les vignes puisent leur force dans un sol profond ; et le souffle frais des brises marines qui procure aux vins une élégance et des arômes savoureux de fruits frais et d'épices.

Les Costières ne bénéficient pas seulement de ce terroir unique, mais de la chaleur et la convivialité des gens du Sud.

Ici, la vigne est bien plus qu'une plante, elle est le reflet d'une culture où la vie est célébrée à chaque instant. Chaque repas est une fête, chaque rencontre un partage, et chaque verre de vin est une invitation à prendre le temps et à profiter du moment présent.

En dégustant un verre de Costières, c'est tout l'esprit du Sud que l'on redécouvre.

PUBLIC CIBLE

Amateurs qui apprécient les vins de qualité avec une identité forte. Connaisseurs et explorateurs du monde du vin, âgés de 30 ans et plus qui recherchent des vins contemporains qui mêlent à la fois tradition et innovation.





PERSONA #1

Anne P.

Age : 34

Job : Infirmière

Famille : Pacs, 1 enfant

Domicile : Toulouse

PERSONNALITÉ

Active

Pragmatique

Indépendante

Réfléchie

MEDIAS DE CONTACT



INTÉRÊTS & STYLE DE VIE :

Gastronomie, bien être, mode, design, voyages, centrée sur la famille.

La Redoute Selency® Vinted MONOPRIX



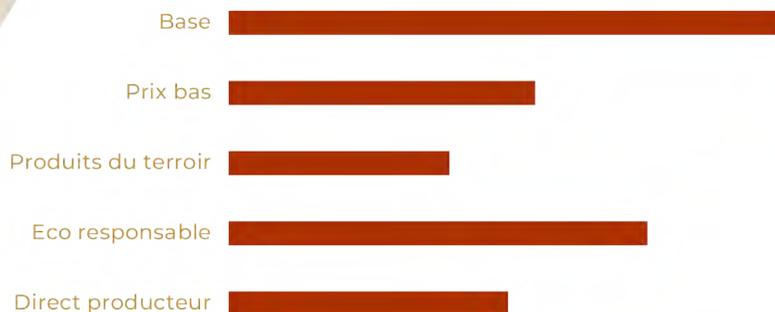
MAISON LABICHE PARIS



BIO :

« Anne travaille comme infirmière libérale depuis 5 ans. Elle est l'heureuse maman d'une petite fille âgée de 4 ans. Elle aime passer du temps avec sa fille et son mari, se promener, cuisiner et voyager. Ses hobbies : ses amis, cinéma, restaurants, expos. Elle court après le temps et cherche toujours à l'optimiser de la meilleure manière. Elle aime recevoir et cuisiner en prenant soin des accords mets/vins et fait confiance à son caviste. Malgré son mode de vie urbain, Anne a un véritable intérêt pour la nature et est consciente de son impact sur la planète. »

Motivations



Canaux préférés





PERSONA #2 Julien D.

Age : 41

Job : Responsable Administratif & Financier

Famille : marié, 1 enfant

Domicile : Lyon

PERSONNALITÉ

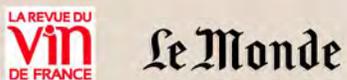
Pragmatique

Sociable

Citadin

Épicurien

MEDIAS DE CONTACT



INTÉRÊTS & STYLE DE VIE :

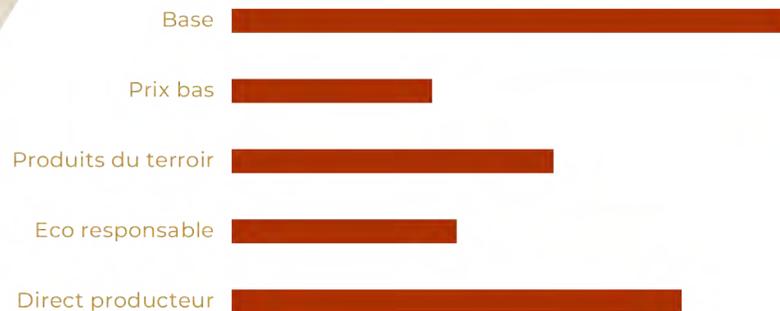
Gastronomie & vins, voyages, sport, technologie, politique.



BIO :

« Julien vit avec sa femme et sa fille de 12 ans. Il aime le sport, les voyages et la gastronomie. Son objectif professionnel est d'atteindre un poste de direction. Il aime le vin, mais n'a pas réellement de connaissance, c'est avant tout pour lui un plaisir à partager. Très sociable, il aime se retrouver régulièrement ses amis autour de repas au restaurant. Les week-ends sont consacrés à des activités familiales, aussi, ils partent dès que possible dans le Sud de la France. Il attache une grande importance à l'équilibre de vie personnelle et professionnelle. »

Motivations



Canaux préférés





PERSONA #3 John H.

Age : 35

Job : Dir. service client

Famille : célibataire

Domicile : Brooklyn

PERSONNALITÉ

Sociable

Ambitieux

Curieux

Organisé

MEDIAS DE CONTACT



INTÉRÊTS & STYLE DE VIE :

Gastronomie & vins, mode, finance, voyages, fitness.



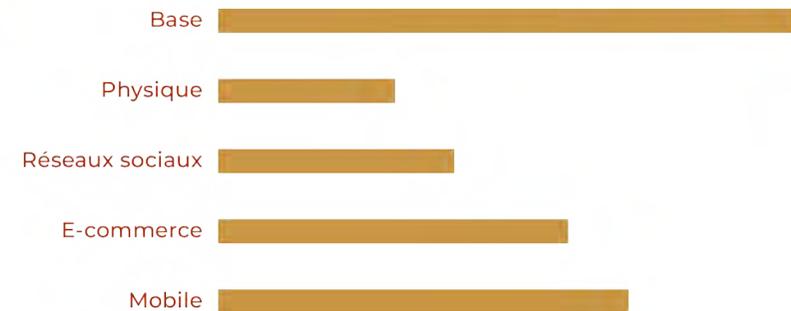
BIO :

« John est à la tête de son service depuis 3 ans, rigoureux et dynamique, Il passe la plupart de son temps à manager. Célibataire, gastronome et amateur de vin, John aime explorer les vins étrangers et s'appuie beaucoup sur les médias et les critiques spécialisés. En dehors du travail, il est adepte du fitness et des sorties culturelles. Sociable et bien connecté, il se passionne pour les voyages en Europe et la gastronomie. Il aspire à équilibrer sa réussite professionnelle avec une vie personnelle riche et épanouissante, son image compte beaucoup pour lui."

Motivations



Canaux préférés

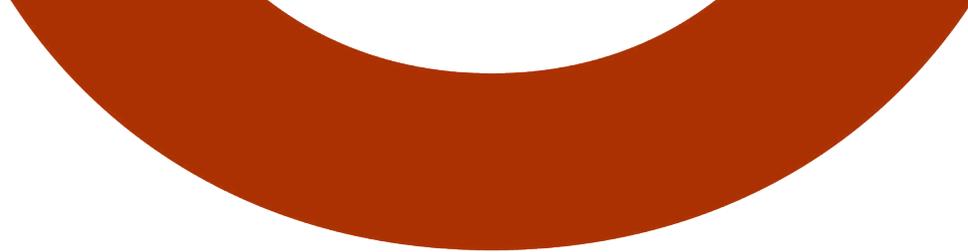


CHARTE GRAPHIQUE

02

LE LOGOTYPE

Le logotype sans baseline est celui à utiliser en priorité, d'autres versions du logo sont disponibles selon l'utilisation et les besoins de l'appellation. En aucun cas le logo ne doit être transformé, que ce soit sa police ou ses signes.

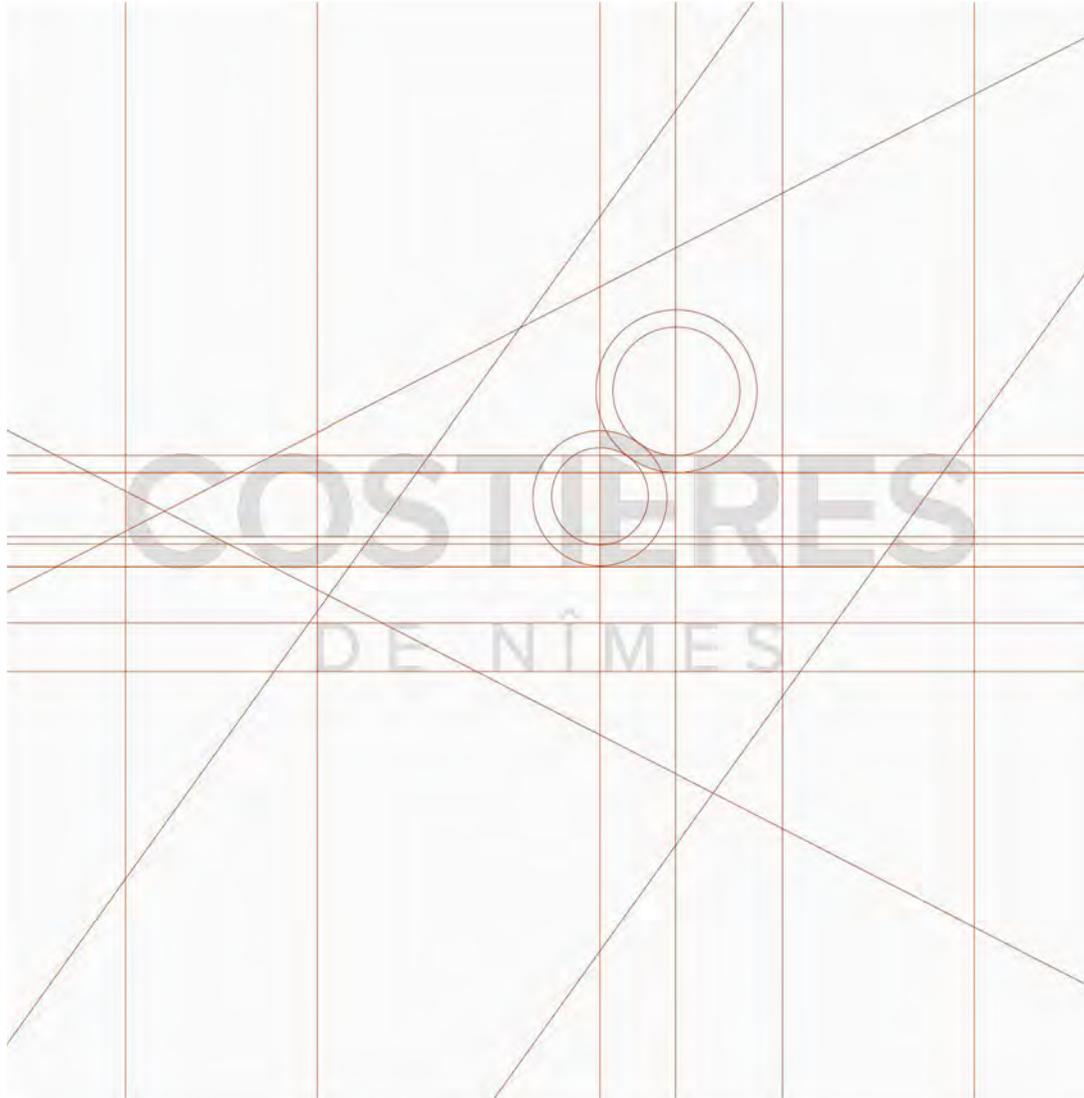


COSTIÈRES
DE NÎMES

LE LOGOTYPE

Construction & signes identitaires

La construction du logo laisse apparaître deux signes distinctifs construits pour symboliser et représenter les Costières de Nîmes.



Terroir & convivialité

La base du "O" se découpe en arc de cercle qui symbolise les racines viticoles. Inclus dans la lettre O, il renvoie l'image d'un coucher de soleil. Utilisé seul il illustre un smiley, sourire et convivialité des vignerons des Costières.



Influence marine

L'accent du "E" se fond dans l'identité Costières et illustre l'influence de la Méditerranée et de ses brises marines qui entrent dans le terroir des Costières et confèrent cette fraîcheur atypique.

LE LOGOTYPE

Règles de lisibilité

Zone de protection

La zone de protection est une zone définie autour du logo, afin de lui garantir impact et lisibilité. Aucun élément (graphiques, textes, photos...) de nature à perturber la lisibilité ne doit venir dans cet espace.

La valeur de la zone de protection définie autour du logotype correspond à la largeur «A» se trouvant entre les mots «DE» et «NÎMES».



Taille minimale

La taille minimale du logotype a été déterminée en fonction du critère de lisibilité.

En dessous de cette taille, la lisibilité est perdue.

COSTIÈRES
DE NÎMES



Taille minimale
30 mm de largeur

LE LOGOTYPE

Adaptations fonds couleurs

Le logotype peut s'appliquer principalement sur un fond blanc ou sur un fond rouge. La palette colorielle est celle choisie pour la nouvelle identité de l'appellation Costières de Nîmes. Il est essentiel de la respecter. Il est aussi possible d'utiliser le logo en monochrome blanc ou noir.



COSTIÈRES
DE NÎMES



COSTIÈRES
DE NÎMES



COSTIÈRES
DE NÎMES



COSTIÈRES
DE NÎMES

LE LOGOTYPE

Adaptations fonds photos

Dans certains cas, le logotype peut se trouver sur une image.

Trois solutions sont possibles :

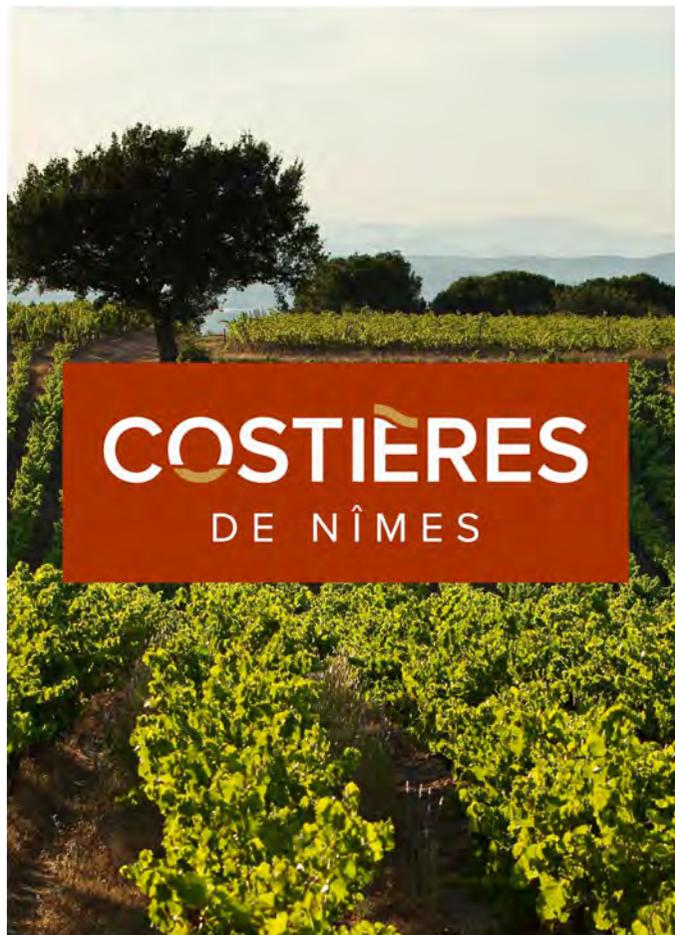
CARTOUCHE BLANC

Égal à la zone de protection

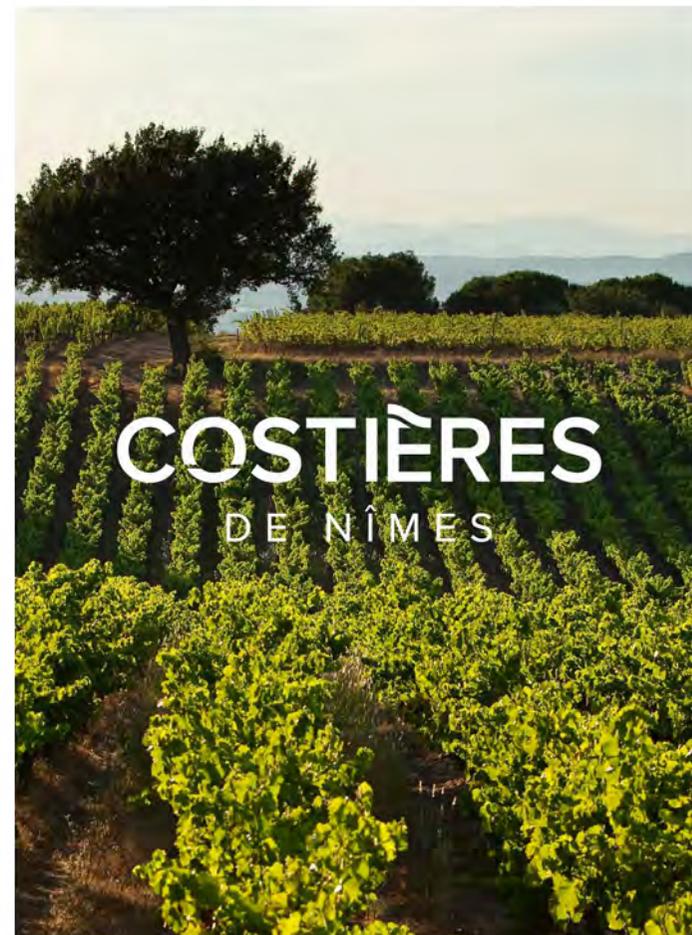


CARTOUCHE ROUGE

Égal à la zone de protection



MONOCHROME BLANC



LE LOGOTYPE

Interdits fonds & photos

Il est interdit d'utiliser d'autres couleurs que celles précisées dans la palette couleur, ni d'apposer le logo sur une photo non adaptée.



LE LOGOTYPE

Interdits de construction

Afin de respecter l'identité visuelle, toute création «arbitraire» ou modification du logo serait une source de faiblesse et une altération de l'image de Costière de Nîmes.

Il est donc indispensable de respecter toutes les règles énumérées ci-dessous.



COSTIÈRES
DE NÎMES

Interdit de déformer le logo



COSTIÈRES
DE NÎMES

Interdit de changer les couleurs,
sauf celles indiquées dans la charte



COSTIÈRES
DE NÎMES

Interdit d'appliquer un dégradé



COSTIÈRES
DE NÎMES

Interdit d'appliquer un contour

L'UNIVERS IDENTITAIRE

Les Couleurs

Les couleurs principales du logotype sont le rouge et l'ocre. Une gamme appelée couleurs complémentaires peut être utilisée selon les besoins.

COULEURS PRINCIPALES

Rust

#AB3102

R = 171, G = 49, B = 2

C = 22, M = 90, Y = 100, K = 16

PANTONE 1675 C

Tussock

#C89746

R = 200, G = 151, B = 70

C = 20, M = 39, Y = 79, K = 8

PANTONE 7407 C

COULEURS COMPLÉMENTAIRES

Mulberry Wood

#58002C

R = 88, G = 0, B = 44

C = 41, M = 100, Y = 39, K = 62

PANTONE 690 C

New York Pink

#DD8A8A

R = 221, G = 138, B = 138

C = 11, M = 55, Y = 36, K = 2

PANTONE 2445 C

Denim

#3F4B64

R = 63, G = 75, B = 100

C = 80, M = 64, Y = 38, K = 29

PANTONE 2379 C

Brash Bush

#E5DACE

R = 225, G = 218, B = 205

C = 12, M = 14, Y = 20, K = 0

PANTONE 9223 C

L'UNIVERS IDENTITAIRE

Les typographies

Une police à été choisie « Montserrat » pour l'utilisation de la communication Costières de Nîmes. Elle est utilisable en plusieurs graisses. Vous pouvez la télécharger sur Google font

Cependant une police de substitution « Arial » pour les outils de bureautique peut être utilisée.

Aa

Montserrat - Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

&?!%@

Exemple d'applications typographiques.

TITRE

Sous-Titre

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent

luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed

L'UNIVERS IDENTITAIRE

Les filtres photos

Un filtre photo a été créé pour certaines utilisations de la communication l'appellation.

Couleur rouge de la palette +
Mode fusion couleur
sur photoshop



Sans filtre

Avec filtre

Couleur ocre de la palette +
Mode fusion couleur
sur photoshop



Sans filtre

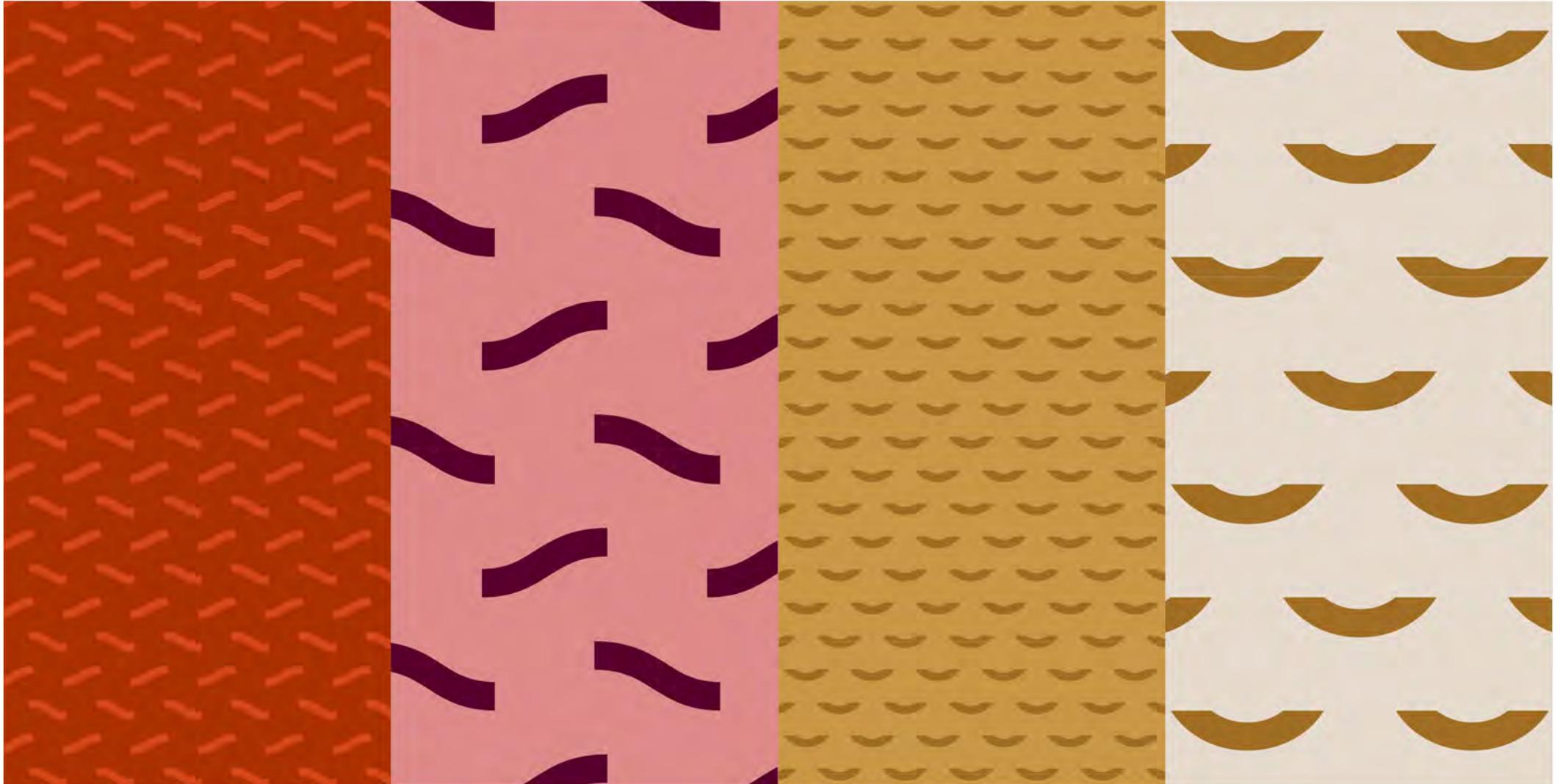
Avec filtre

L'UNIVERS IDENTITAIRE

Les motifs

Des motifs ont été créés pour des utilisations diverses : fond d'écran, habillage des supports de communication, packaging signalétique, etc.

Ils peuvent être utilisés en différentes tailles et différentes teintes de couleurs de l'identité visuelle, ou en ton sur ton.



L'UNIVERS IDENTITAIRE

Les éléments graphiques

Les éléments graphiques permettent l'habillage graphique des documents de communications de l'appellation.

Les éléments graphiques



L'UNIVERS IDENTITAIRE

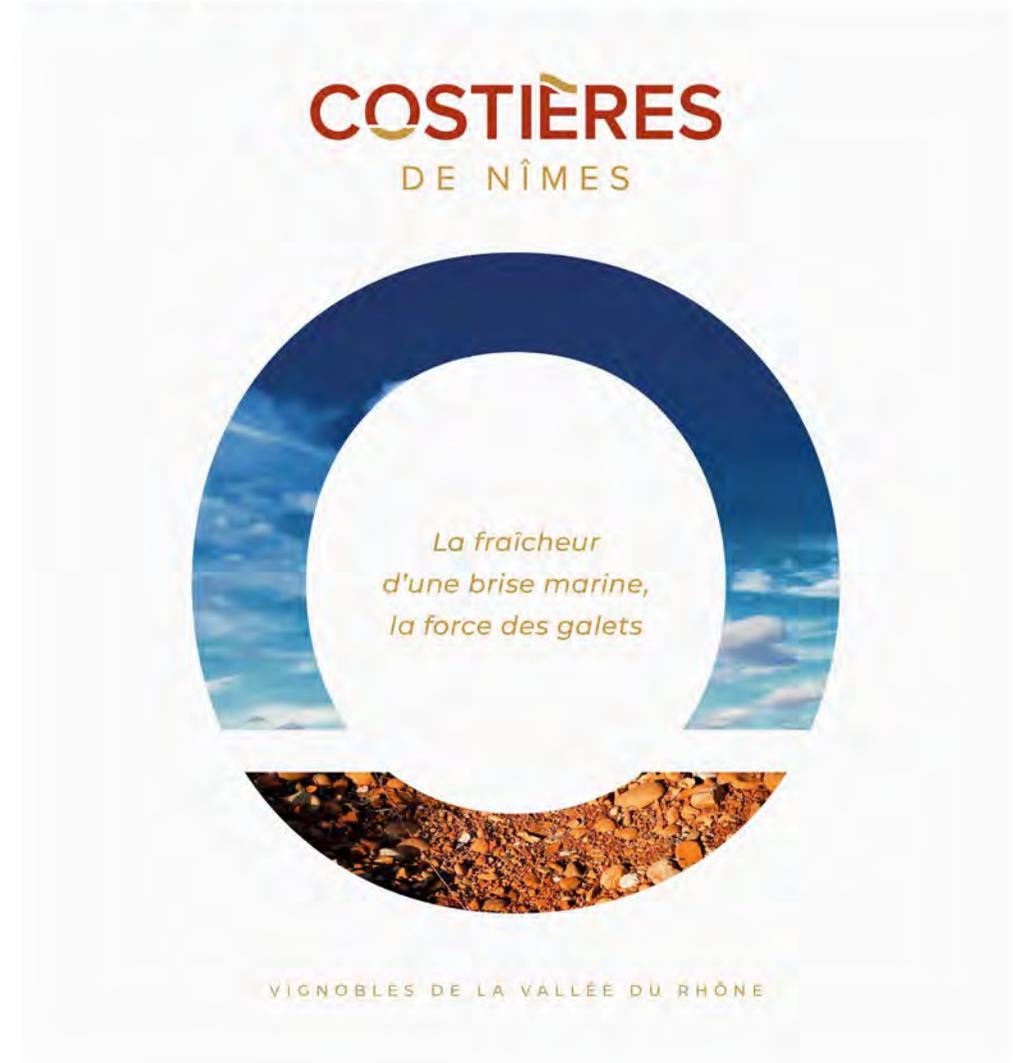
La baseline

La baseline vit en dehors du logotype, elle peut être utilisée sur tout type de support de communication.

Signature (Monsterrat)

*La fraîcheur d'une brise marine,
la force des galets*

Exemple d'association



LES SUPPORTS

La papèterie

Cette partie est une recommandation.

Ce sont des exemples d'utilisation de votre identité visuelle.



LES SUPPORTS

Le site internet

Cette partie est une recommandation.

Ce sont des exemples d'utilisation de votre identité visuelle.

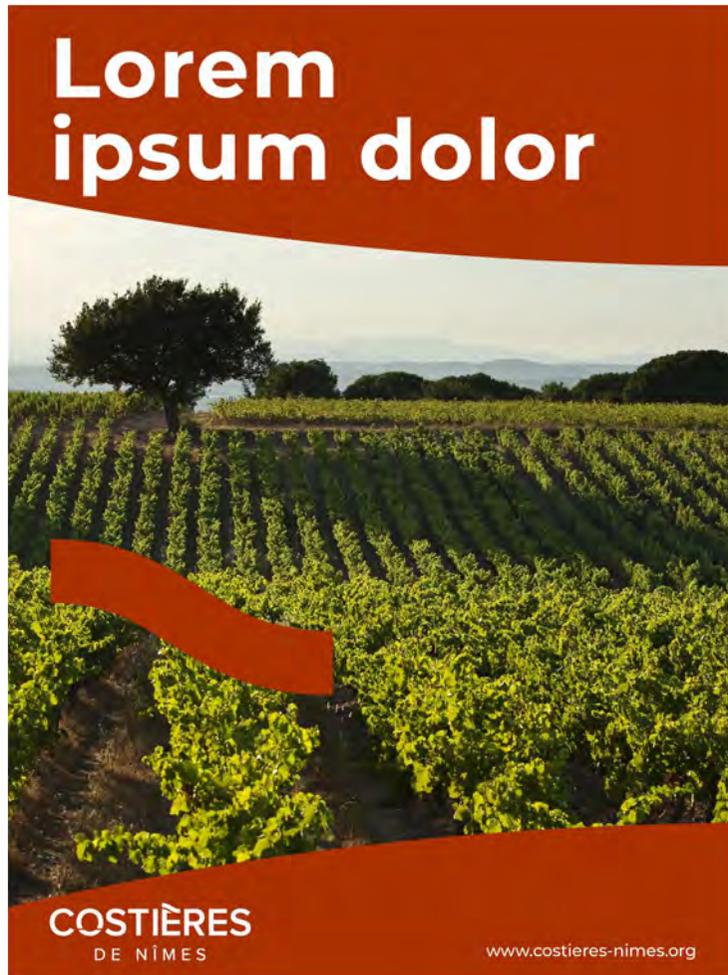


LES SUPPORTS

Les affiches

Cette partie est une recommandation.

Ce sont des exemples d'utilisation de votre identité visuelle.

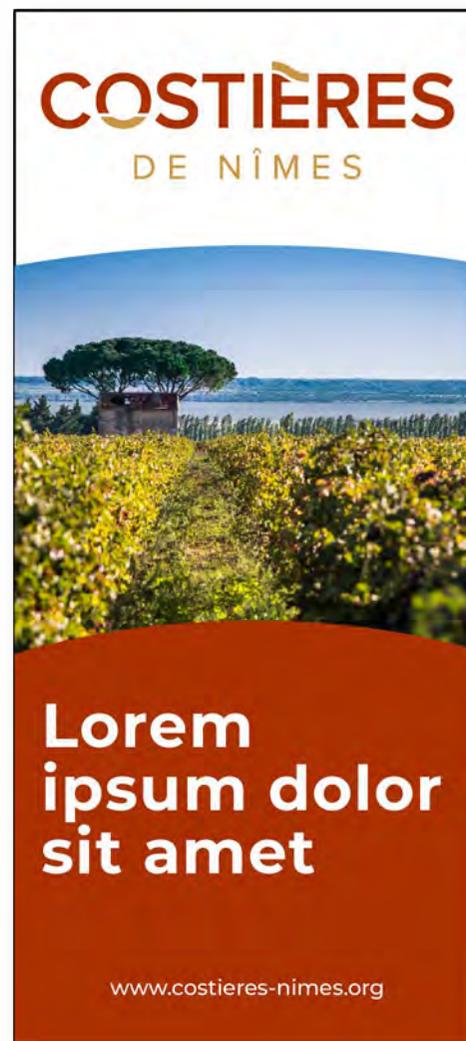


LES SUPPORTS

Les kakemonos

Cette partie est une recommandation.

Ce sont des exemples d'utilisation de votre identité visuelle.

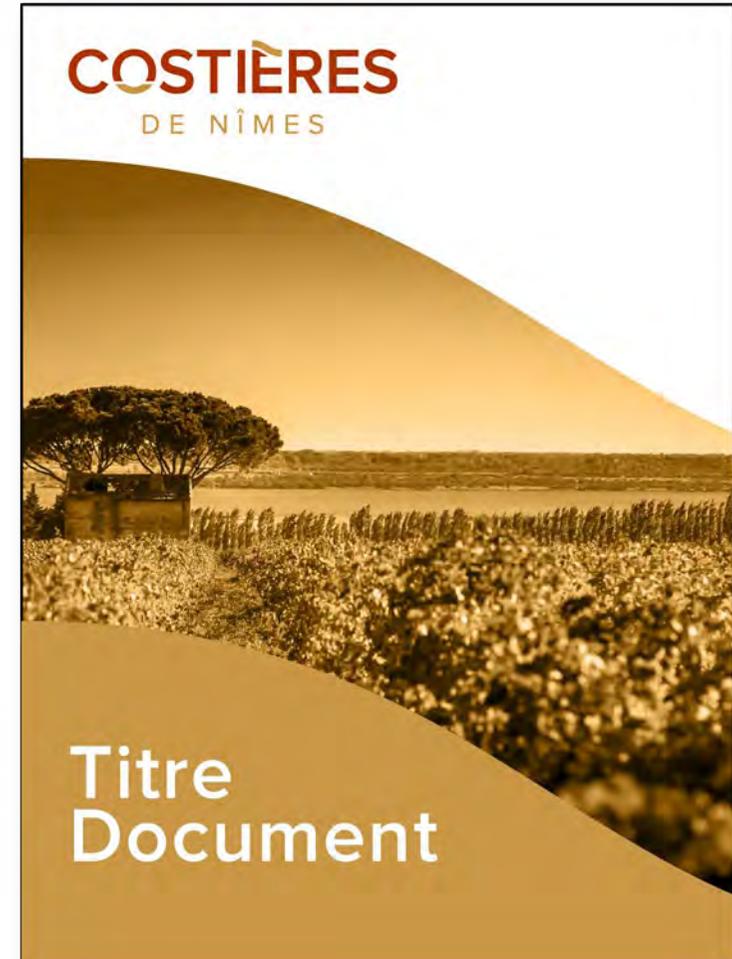


LES SUPPORTS

Les couvertures

Cette partie est une recommandation.

Ce sont des exemples d'utilisation de votre identité visuelle.



LES SUPPORTS

Les goodies

Cette partie est une recommandation.

Ce sont des exemples d'utilisation de votre identité visuelle.



COSTIÈRES

DE NÎMES

Pour tous renseignements complémentaires, merci de contacter le service communication à cette adresse : communication@costieres-nimes.org

Crédits photos : Christophe Grilhe, O.Maynard, JPPALOMAR, Charlène Pélut, Gilles Martin Raget, David Z, OT Nîmes, Philippe Médard

www.costieres-nimes.org