

CHARTRE GRAPHIQUE PACKAGING

Utilisation du logotype “Tous Gagnants !”



ON-PACK

1 - Objectif du dispositif

Le label “**Tous Gagnants !**” a pour vocation d’identifier clairement, sur les emballages, les produits issus d’une démarche qui bénéficie à tous :

- Aux consommateurs
- Aux agriculteurs
- Aux distributeurs
- À la planète
- À l’agriculture française

Il permet de rendre visible, de façon simple et immédiate, une promesse collective fondée sur des engagements concrets.

“Tous Gagnants !” valorise des produits issus de l’agriculture française.

Les éléments visuels du logo (coq, bleu-blanc-rouge) ne se substituent pas à l’indication d’origine : celle-ci doit être clairement mentionnée sur le packaging.



En fonction de l’espace disponible sur les packagings, il est idéal de faire référence au Collectif Nouveaux Champs à travers le texte générique et l’identité graphique du Collectif Nouveaux Champs qui sont également chartés :



Nous, paysans français, sommes engagés ensemble dans une agriculture durable qui se donne pour mission prioritaire la santé commune, humaine et environnementale. Mieux produire pour mieux manger, assurer la souveraineté alimentaire de la France, être au service du vivant et de nos territoires, redonner au paysan la place qu’il mérite dans notre société...

Nos engagements au Collectif Nouveaux Champs sont aussi les vôtres !

Nous voulons renouer le lien avec vous, citoyens consommateurs !

2 - Le logotype officiel

Le logo “Tous Gagnants !” est un bloc indivisible composé de :

- L'accroche **TOUS GAGNANTS !**
- La phrase définissante “Je soutiens ceux qui nous nourrissent”
- Le symbole (coq)
- Le QR Code
- Les 3 preuves (bullet points)
- Collectif nouveaux-champs.fr

Aucun élément ne doit être modifié, supprimé ou recomposé.
Il est utilisé dans un environnement où l'origine France est bien visible.



Le logo encadré Bleu Blanc Rouge (BBR) doit être utilisé si l'origine France n'est pas assez présente sur l'emballage.



3 - Utilisation du logo

Version sur fond clair



Avec filet noir tournant

Version sur fond sombre



Avec filet blanc tournant

3 - Utilisation du logo encadré BBR

Version sur fond clair



Avec filet noir tournant

Version sur fond sombre



Avec filet blanc tournant

4 - Logo réduit

Version réduite : utilisable uniquement si forte contrainte, avec la validation du Collectif Nouveaux Champs

Version sur fond clair



Avec filet noir tournant

Version sur fond sombre



Avec filet blanc tournant

5 - Zone de protection

Un espace de sécurité doit être respecté autour du logo.

La marge minimale doit être de la hauteur du T de TOUS.



6 - Taille minimale

La taille minimale du logo recommandée est de 40 mm de large (version principale)

et 47 mm de large (version encadrée BBR).

En dessous, les 3 preuves ne sont pas lisibles et il y a un risque de lecture du QR Code.



40 x 50,8 mm



47 x 57,8 mm

7 - Les typographies

- Flatface Grosy Rounded

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

- Mollen semi bold condensed

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

- Trade Gothic LT Std Bold Condensed

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

8 - Les couleurs

Pour maximiser son impact, le logotype doit être imprimé en quadri + vert pantone 7488.

Dans certains cas extrêmes, et avec validation du Collectif Nouveaux Champs, le vert 7488 pourra être remplacé par un vert quadri C/M/J/N : 65/00/100/00



Vert Tous Gagnants
CMJN : 76/0/100/66
(Pantone 2411)



Rouge
CMJN : 17/100/100/10
(Pantone 3517)



Bleu clair
CMJN : 100/0/0/0
(Pantone Process Cyan)



Bleu foncé
CMJN : 100/77/0/20
(Pantone 2728)



Pantone vert 7488
(CMJN : 65/0/100/0)
(RVB : 93/206/89)

Il faut impérativement respecter les couleurs du logo.

9 - Positionnement sur pack

Le logo doit être :

- > Visible rapidement
- > Associé à l'acte d'achat

10 - Orientations d'intégration

> À faire

- Associer le logo à une zone claire
- Garantir contraste et lisibilité
- Laisser respirer le bloc

> À éviter

- Fonds trop chargés
- Superposition sur visuels complexes
- Rotation ou déformation

11 - Le QR code

Le QR code est un élément clé du dispositif. Il renvoie vers une page explicative de la démarche.

Règles :

- Toujours présent
- Toujours lisible
- Contraste fort obligatoire
(noir sur blanc recommandé)

Tests obligatoires :

- Scan réel avant BAT
- Test sur mobile standard

12 - Les preuves (Bullets)

Les 3 engagements doivent rester lisibles et compréhensibles :

- Pour vous, consommateurs :
promesse contrôlée
 - Pour nous, agriculteurs : revenu sécurisé
 - Pour tous : une part du prix reversée
à la transition agricole
- > Ne pas reformuler sans validation
 - > Ne pas supprimer partiellement

13 - Validation

Toute utilisation du logo doit être validée par Le Collectif Nouveaux Champs avant impression ou diffusion.

14 - Contact

Pour toute question ou validation :

Collectif Nouveaux Champs

Julie Sabourin - j.sabourin@nouveaux-champs.fr - +33 (0)7 84 22 60 21