



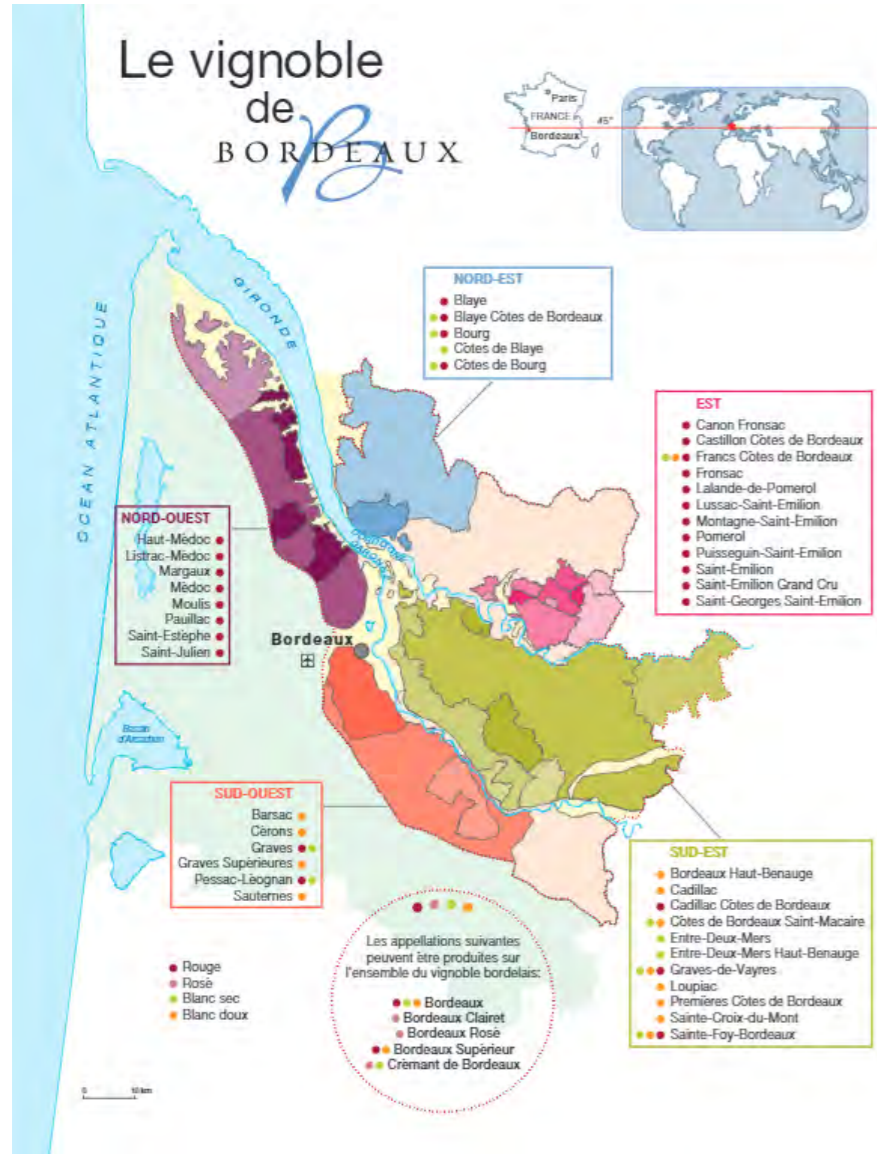
*« Territoire et Empreinte viticole »*

# Sommaire

<b>La démarche du projet</b> .....	<b>03</b>
<b>La démarche conceptuelle</b> .....	<b>05</b>
<b>La démarche créative de la gamme</b> .....	<b>06</b>
<b>Focale sur la gamme Bordeaux Rouge</b> .....	<b>08</b>
<b>Focale sur la gamme Bordeaux Blanc</b> .....	<b>09</b>
<b>Focale sur la gamme Bordeaux Rosé</b> .....	<b>10</b>
<b>Déclinaisons sur accessoires de vente</b> .....	<b>11</b>
<b>Mises en situation</b> .....	<b>12</b>

# La démarche de projet

« *Territoire et Empreinte viticole* »

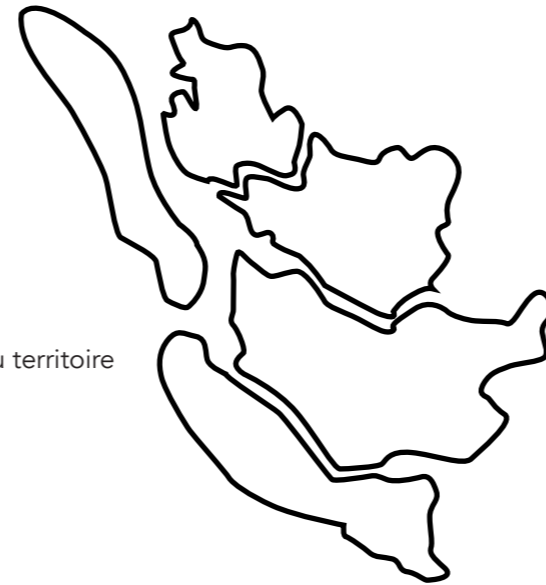


Empreinte du territoire détaillée

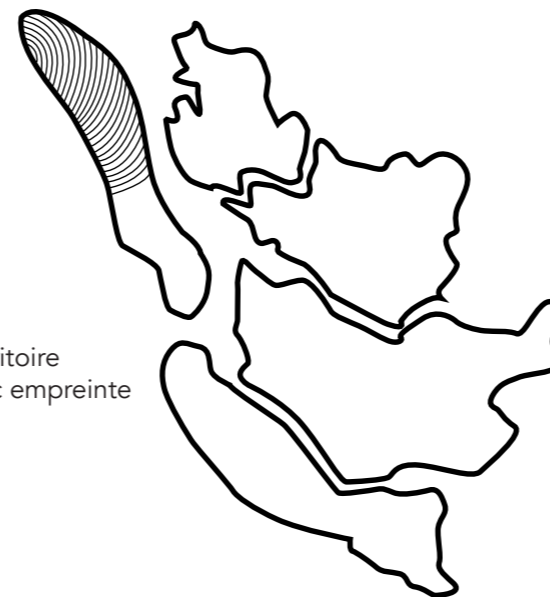


Déclinaisons de l'empreinte du territoire bordelais

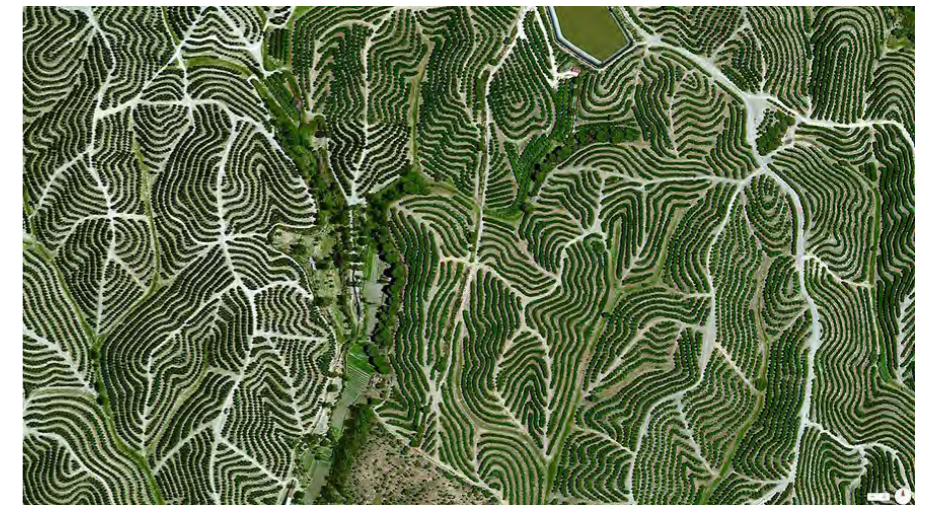
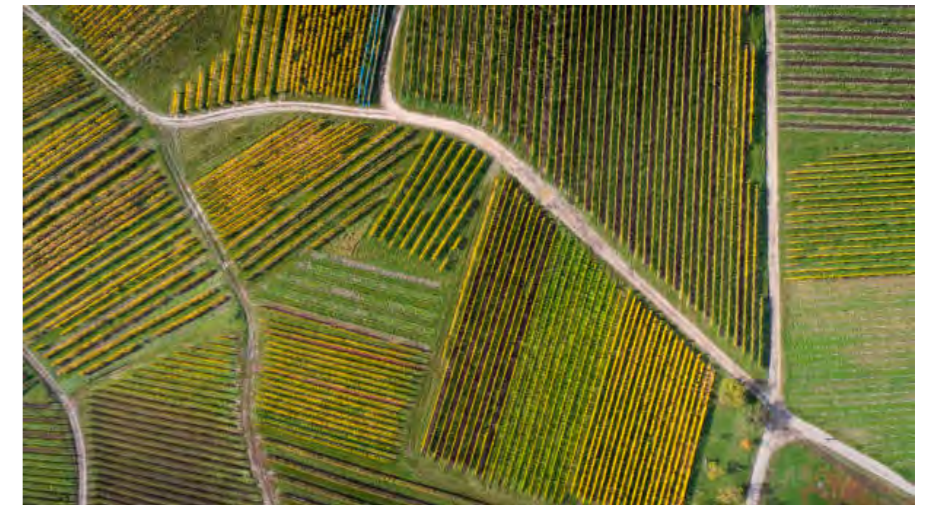
Empreinte du territoire schématique



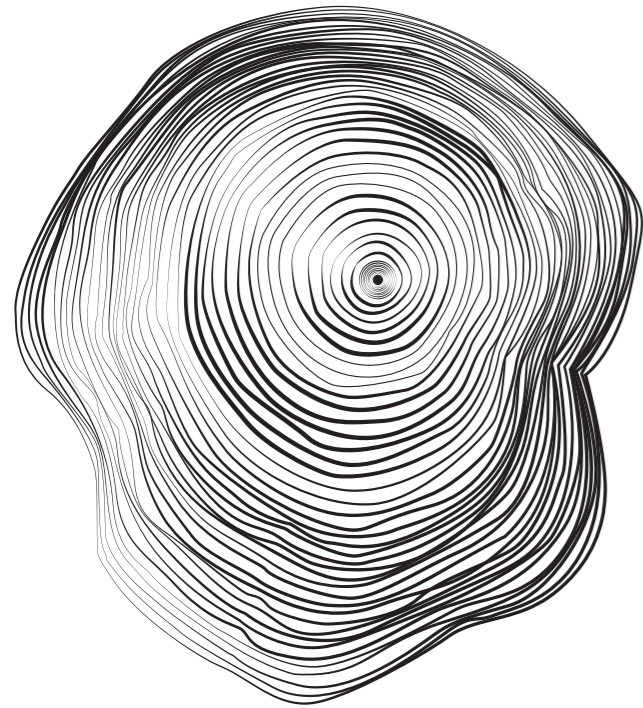
Empreinte du territoire schématique avec empreinte



Vues aériennes du territoire bordelais et des territoires viticoles.

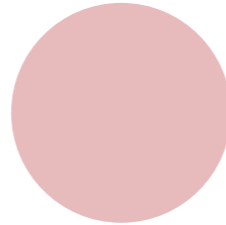


# La démarche de projet

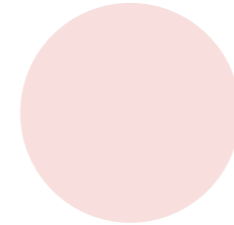


Nervures d'une tranche de bois.

Nuances de rose

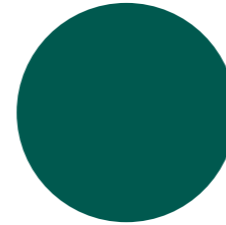


Pantone P 60-1 C  
C 0%  
M 12%  
J 7%  
N 2%  
#f9e6e5

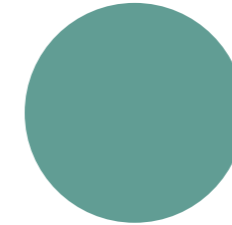


Pantone P 65-9 C  
C 0%  
M 26%  
J 11%  
N 8%  
#eac4c7

Nuances de bleu/vert

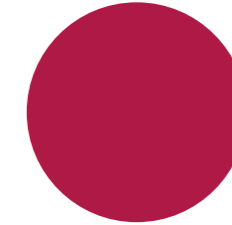


Pantone P 129-16 C  
C 100%  
M 0%  
J 53%  
N 60%  
#00534c

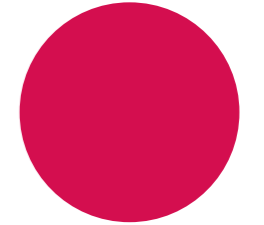


Pantone P 132-11 C  
C 48%  
M 0%  
J 29%  
N 29%  
#72a29a

Nuances de rouge



Pantone P 63-15 C  
C 0%  
M 94%  
J 48%  
N 31%  
#b02042



Pantone P 62-16 C  
C 0%  
M 100%  
J 51%  
N 11%  
#d20049

## GAMME COLORIMÉTRIQUE DE LA GAMME

## POLICES DE CARACTÈRES

Avenir Roman & Medium

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Texte de l'étiquette verso.

Butler Bold

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Texte de la mention «A.O.C BORDEAUX».



Nervures d'une tranche de bois, insérées dans la forme du territoire des vignobles bordelais.

Angelou Regular

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Texte des mentions «rouge», «blanc» et «rosé» au verso.

# La démarche conceptuelle



Uniformité de la couleur et par conséquent du territoire.

## EN COURS DE RECHERCHE COLORIMÉTRIQUE POUR LA GAMME



Centralisation du nœud de bois pour la localisation de Bordeaux et par un jeu de dégradé de nuances de la même gamme colorimétrique pour dissocier les différents cépages.

## Explication de la démarche conceptuelle du projet

Notre projet met en avant le territoire et l’empreinte viticole tout en ayant un aspect éco-responsable. En effet, la qualité d’un vin vient principalement de sa terre. De plus, il était important de mettre en avant la réputation des vins de Bordeaux étant inscrite dans les traditions et l’histoire du vin.

Notre design prend donc la forme du territoire des appellations AOC Bordeaux afin de mettre en avant l’origine de ces vins. Pour cela, nous avons choisi d’encapsuler notre design dans la forme des territoires girondins AOC en vision cartographique.

Le concept est d’inviter les consommateurs à une expérience sensorielle à travers les cinq sens et plus particulièrement la vue, le toucher et le goût en utilisant des techniques d’impressions permettant de mettre en avant la texture du bois de vigne comme celui des ceps de vignes et de leur donner l’impression de « ressentir » les territoires.

Les jeunes appréciant les produits du terroirs et étant attirés par la singularité d’un visuel sont les cibles de ce projet.

# La démarche créative de la gamme

## Explication de la démarche créative

*La notion d'empreinte est associée à celle que laisse à la dégustation, un vin dans le palais. Visuellement l'empreinte illustre la multitude de teintes présentes dans la nature et celles des robes des différents vins.*

### • Choix des formes

Afin d'illustrer le concept « d'empreinte », nous avons choisi de représenter le territoire viticole AOC vu du ciel. Les vignes sont symbolisées par des formes linéaires. Ce design rappelle également l'écorce et les nervures d'un bois coupé comme celui du bois de vigne.

Au sein du territoire représenté par ces formes linéaires, un noeud central s'y insère en faisant référence au tronc d'un bois coupé.

Sur notre graphisme, ce noeud central est situé sur la ville de Bordeaux car Bordeaux rayonne autour du territoire viticole. En effet, celle-ci est le point central de l'organisation AOC Bordeaux.

### • Choix chromatique & typographique

Nous avons souhaité dissocier les différents cépages grâce à un choix de couleurs différentes : rouge bordeaux pour les vins Bordeaux Rouge, bleu vert pour les vins Bordeaux Blanc, et rose pour les vins Bordeaux Rosé.

Notre concept est de proposer un dégradé de nuances sur la même gamme chromatique ce qui permet de différencier les cépages voisins mais également de mettre en avant et de retranscrire la diversité des nuances colorimétriques de chaque vin ainsi que la multitude de nuances présentes dans la nature et dans les vignes notamment.

De plus, la présence de couleurs vives ajoute une touche de modernité. Elle permettra également d'attirer l'oeil plus spécifiquement sur cette bouteille placée dans les rayonnages et donc de démarquer ce vin face à la concurrence.

La typographie choisie est une police de caractère Serif à empattements arrondis symbolisant la noblesse et le prestige du domaine viticole notamment celui des vins de Bordeaux.

Celle-ci représente également l'empreinte de forme ronde.

### • Choix de supports & techniques d'impressions

Sur les bouteilles de vin, le visuel se présentera sur une étiquette transparente adhésive ce qui permettra une plus value visuelle. En effet, grâce à la transparence de l'étiquette, le consommateur sera directement attiré par le design. De plus, ce type d'étiquette n'étant pas courant, les bouteilles se distingueront plus aisément en offrant un aspect qualitatif et original à la bouteille. Le format rectangulaire emblématique d'une étiquette de Bordeaux est malgré tout conservé.

L'étiquette présente sur le devant de la bouteille est composée du visuel désigné ainsi que d'un élément textuel « AOC Bordeaux » puis l'étiquette présente au dos de la bouteille avec « AOC rouge/blanc/rosé Bordeaux », un texte choisi par le producteur, les mentions légales ainsi qu'un QR Code ici amenant au site internet de Planète Bordeaux. Celui-ci permettra d'accéder plus tard au site internet du producteur de vin et plus particulièrement à la page du vin concerné si cette page et le site internet ce existe.

Notre concept d'expérience sensorielle se démarque avec les techniques d'impressions choisies.

L'étiquette sera imprimée avec la technique du gaufrage afin que l'empreinte du territoire soit en relief. Cette sensation de toucher sera accentuée par le fait que la surface de base est totalement lisse.

Le support choisi pour le packaging est une boîte en bois puisque nous souhaitons suivre notre axe sensorielle et ainsi mettre en avant la texture du bois toujours en lien avec le bois des vignes.

Le devant du packaging sera creusé en suivant la forme des territoires de l'AOC Bordeaux.

Comme pour l'étiquette, en fonction du cépage du vin en bouteille, le territoire concerné sera mis en avant grâce à du bois de couleur plus claire. L'élément textuel « AOC Bordeaux » sera lui pyrogravé dans le bois.

# La démarche créative de la gamme



ROUGE



BLANC



ROSÉ

# Focale sur la gamme Bordeaux Rouge

## Étiquette et packaging



Étiquette recto



Étiquette verso



Packaging bouteille



# Focale sur la gamme Bordeaux Blanc

## Étiquette et packaging



Étiquette recto



Étiquette verso



Packaging bouteille

# Focale sur la gamme Bordeaux Rosé

*Étiquette et packaging*



Étiquette recto



Étiquette verso



Packaging bouteille

# Déclinaisons sur accessoires de vente



Sacs en papier pour les distributeurs lors d'un achat de bouteille.



Stop-goutte



Proposition 1



Proposition 2



Proposition 3



Proposition retenue  
Simulation Stop Goutte plié



Dessous de verre par type de vin

# Mises en situation





## CONCLUSION

Ce concept permet de répondre aux attentes des consommateurs de nos jours et principalement notre cible, un public jeune recherchant des produits de qualité et modernes de part un visuel attirant et évocateur et ainsi faciliter l'identification du produit et de le distinguer par rapport aux concurrents.

Ce design/packaging incitera la cible à consommer les vins AOC Bordeaux et ainsi créer une tendance mode vin sur l'idée de territoire et empreinte viticole.

Ce projet donne une ouverture sur d'autres supports de communication, tels que l'affichage et sur le web 2.0.