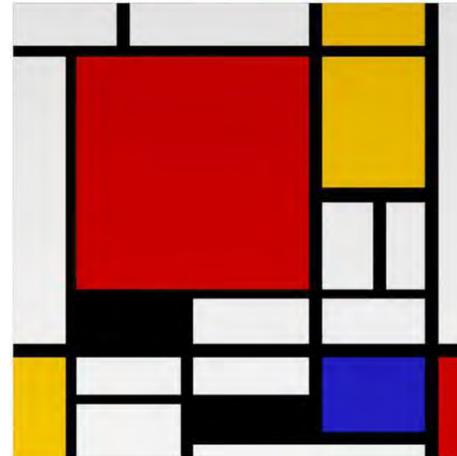


_ Moodboard / Références



bordeaux



_ Cibles

Notre cible est une cible large, elle se situe dans un âge compris entre 18 et 35 ans, qui est pour nous la période où la personne commence à découvrir et apprécier le vin. C'est aussi une cible jeune, connectée, qui s'identifie dans les codes de simplification à l'extrême que nous avons choisis, elle fait partie de cette génération digitale qui est proche du design, de la mode etc .. Notre concept a la possibilité d'être vendu autant en GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) qu'en CHR (Cafés Hotels Restaurants), notre packaging étant modulable en fonction de la demande du client (bouteille seule ou caisse complète).



_ Concept

Notre concept s'inscrit dans une démarche de **minimalisme et de simplification** grâce à des **signes simples** (lignes, cercles, courbes ...) de symboles représentant le monde viticole. Pour cela nous avons créé des motifs reprenant dans leurs lignes les plus épurées des environnements, des lieux, des objets ou encore des éléments naturels. Notre volonté a été d'apporter du **modernisme** et de **l'épuration des signes** au maximum dans le monde du vin, premièrement car pour nous, ces concepts très peu utilisés par la concurrence peuvent se démarquer facilement dans un rayon ou une cave, compte tenu du graphisme original utilisé. Deuxièmement, cette épuration répond pour nous à une **volonté de casser les codes** dans un domaine concurrentiel ultra saturé de designs souvent répétitifs (châteaux, dorures etc.). Enfin, cette **volonté de nouveauté et de fraîcheur** s'associe également à une envie de représenter et de garder une certaine tradition, aspect essentiel du domaine viticole dans notre pays.



_ Logotype

bordeaux
1 cm

bordeaux
6 cm

bordeaux
12 cm

bordeaux
1 cm

bordeaux
6 cm

bordeaux
12 cm

_ Logotype

bordelaux

Bordeaux

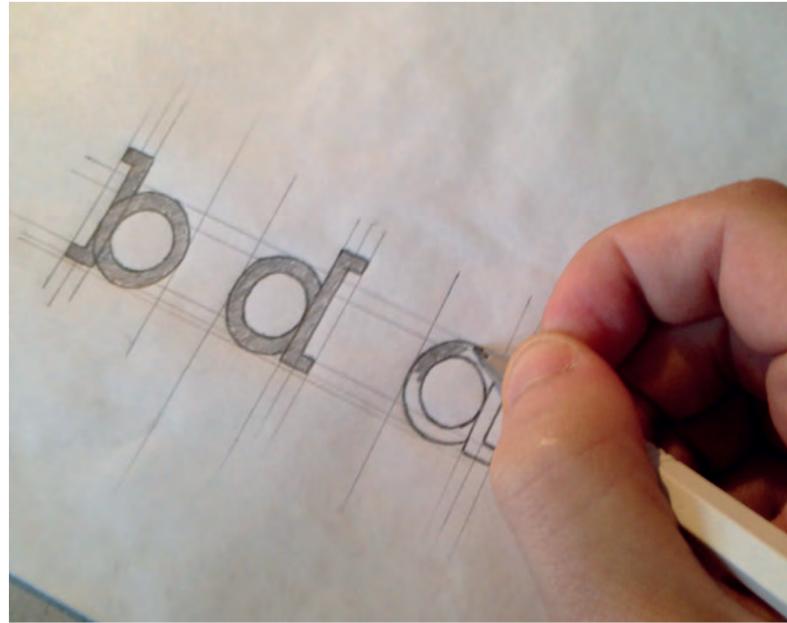


bordeaux

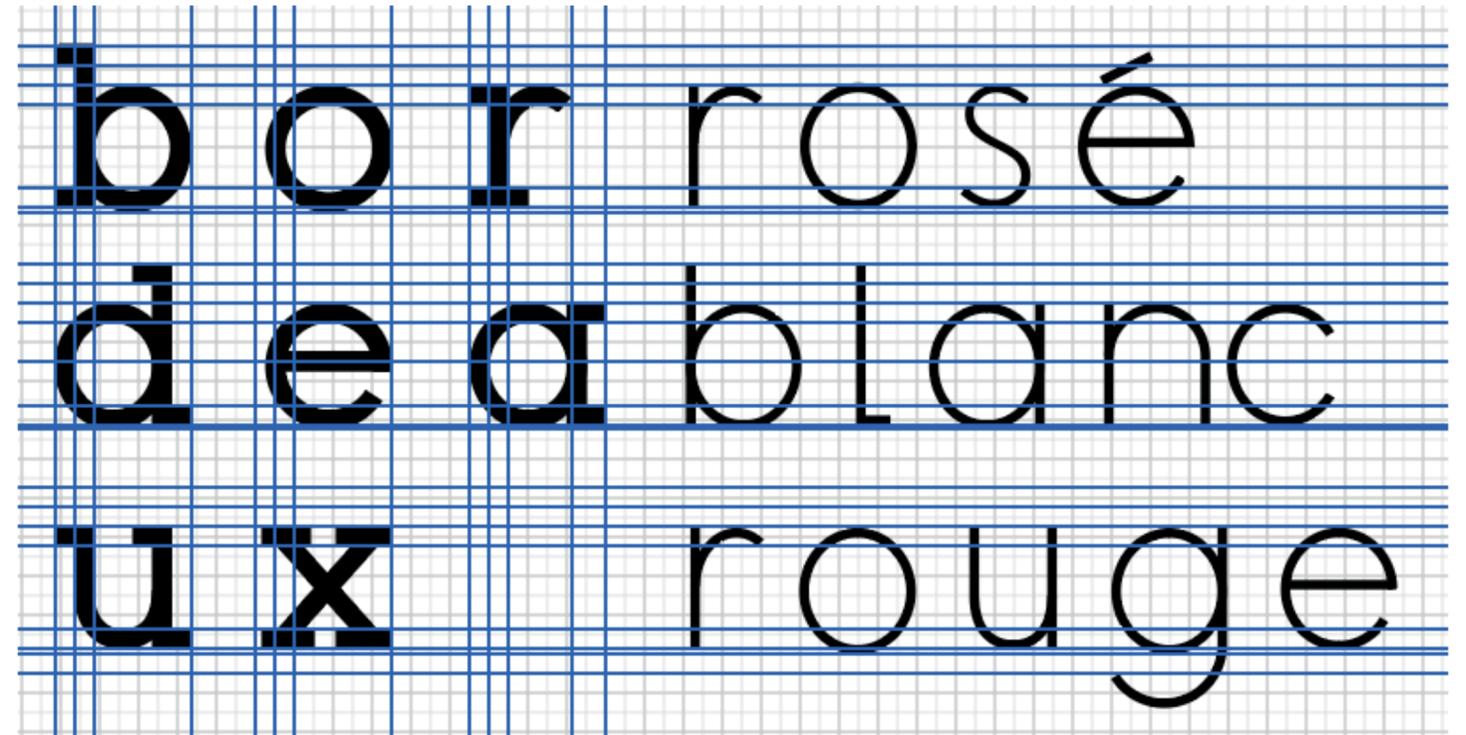
Typographie à **empattements congés** (Réales) généralement employé dans les étiquettes de produits viticoles, elles traduisent un certain luxe allié à une image de tradition pour le produit.

Création d'une typographie à **empattements carrés**, dans une volonté de modernisme et de dynamisme. L'utilisation de lignes fortes et de formes concentriques pour la création des lettres va également de pair avec nos orientations graphiques tournées vers l'esthétisme des formes simples.

_ Création de la typographie



Zone d'exclusion



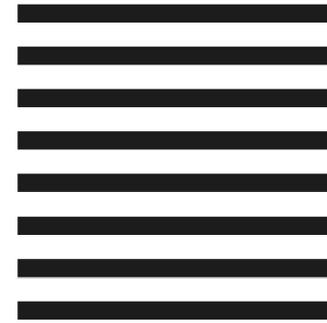
Grille de construction

_ Pictogrammes

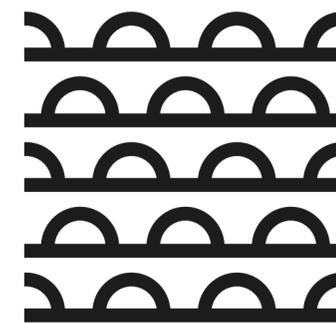
Nous avons construit nos visuels à partir de formes ultras simples (lignes, cercles, perspectives, courbes) afin de **pouvoir les associer** facilement et évoquer des éléments forts de l'environnement viticole. Notre souhait était que le consommateur puisse voir au travers de ces illustrations des **symboles pouvant être interprétés différemment** selon l'interlocuteur et de manières très diverses.



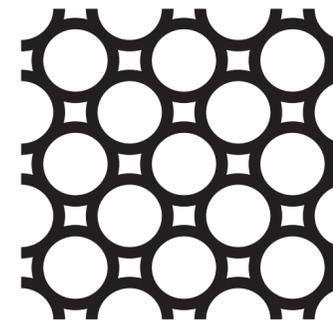
Eau, Garonne, effluves, robe, etc ...



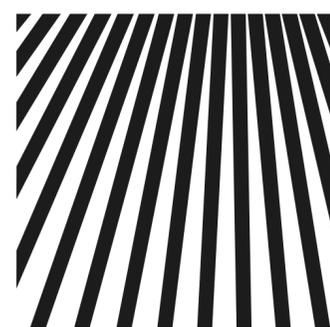
Routes, marinière, etc ..



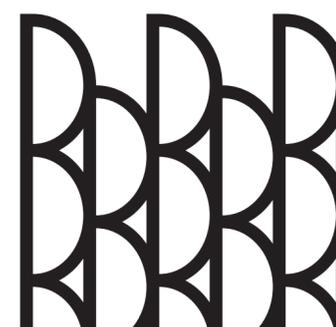
Pont de Pierre, cave à vin, parc à huîtres etc ..



Empilement de bouteilles, Grappe de raisin etc ..



Rangs de vigne vu de côté, paysage, etc ..



Port de la Lune, portail, B, etc ..

_ Logo / pictos : combinaisons

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

bordeaux 

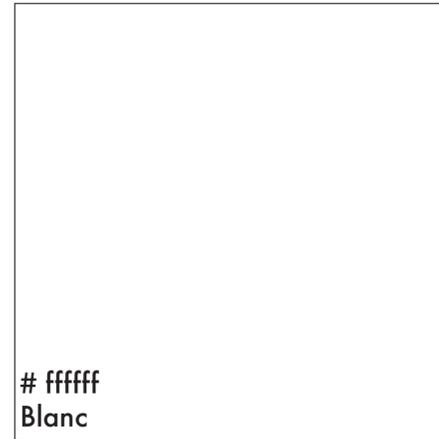
bordeaux 

_ Combinaisons / couleurs

Pour les couleurs, notre plus forte inspiration a été le Bauhaus, comme cela peut se ressentir. Notre souhait a été d'**associer une couleur forte** à chaque bouteille en fonction du verre utilisé pour chaque variété de vin (verre teinté de vert pour le vin blanc, verre transparent pour le rosé, verre teinté vers le noir pour le vin rouge), afin d'allier le nos visuels aux verres nommés ci-dessus. Cette volonté de garder cette tradition des différents types de verres très iconographiés pour chaque type de vin s'inscrit dans une **démarche esthétique mais également pratique**, en s'accordant au goût des consommateurs qui selon les études préfèrent pour certains produits de voir le contenu.



Évocation de la Garonne, le bleu associé à la couleurs du vin rosé nous permet d'obtenir une association couleur originale qui se démarque facilement dans un rayon



Symbôle de pureté, la couleur blanche nous permet d'allier celle-ci au vin blanc et donc d'associer le produit à sa simple expression chromatique



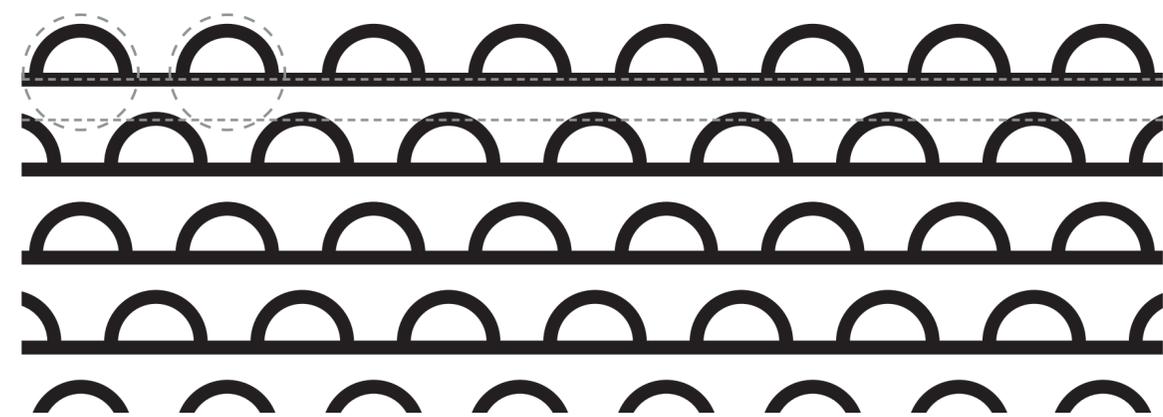
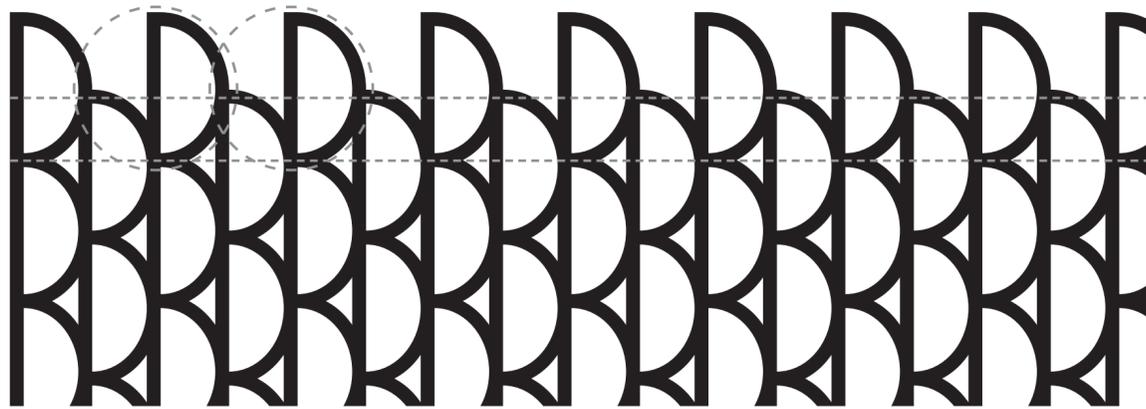
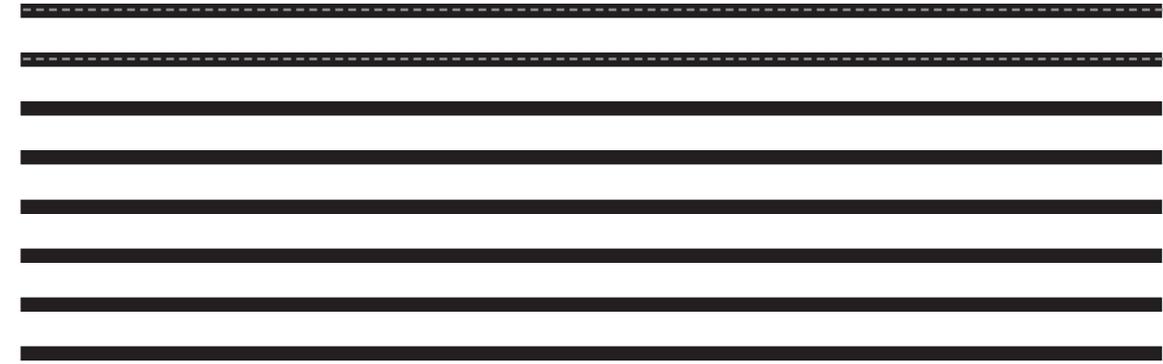
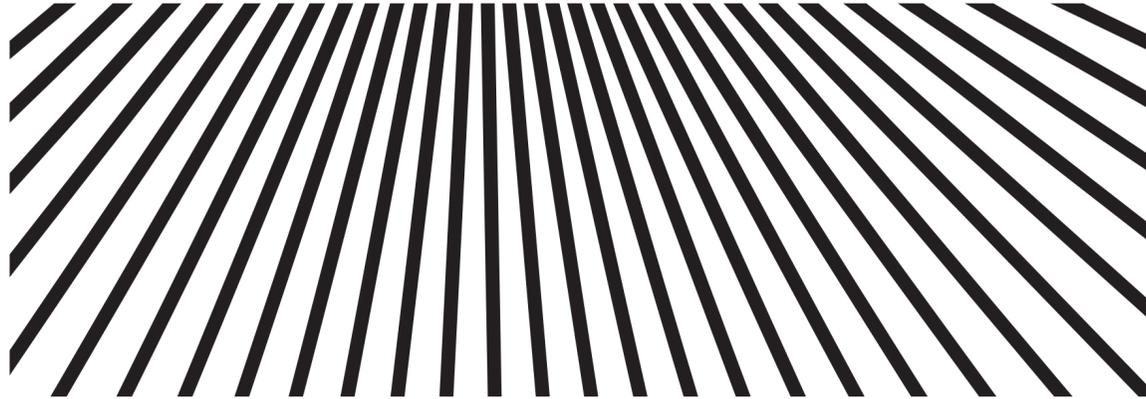
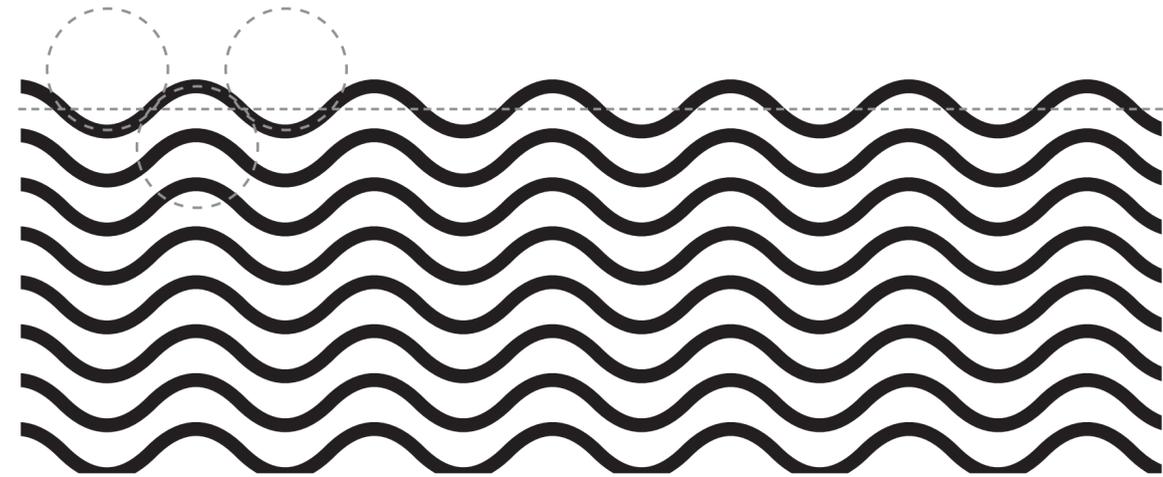
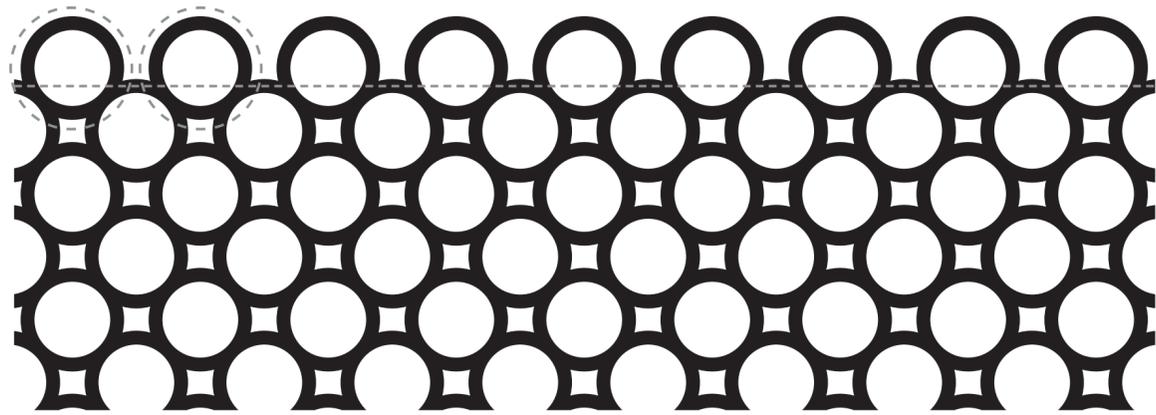
En réutilisant cette couleur présente dans le blason bordelais, nous faisons directement référence à la royauté et l'époque où le vin à commencé à s'implanter dans la région. C'est également l'opportunité d'utiliser une couleur rarement associée à ce produit, en l'occurrence le vin rouge, et de continuer sur cette dynamique de casser les codes

bordeaux  rosé

bordeaux  rouge

bordeaux  blanc

_ Motifs



_ Habillage bouteille

Nous avons conçu un habillage de bouteille réalisé **en sérigraphie**, afin d'avoir un rendu qualitatif que nous n'aurions pas eu avec un sleeve ou autres techniques. Ces trois bouteilles sont celles qui seront vendues dans les **GMS, CHR ou encore caves à vins**, nous avons donc décidé de choisir dans notre **collection de motifs** ceux qui nous paraissent les plus forts graphiquement afin d'**incarner la ligne graphique** de l'identité. Mais le client aura également la possibilité d'**acquérir la collection complète** réunissant tous les motifs créés dans une caisse de 6 bouteilles reflétant le concept graphique que nous avons utilisé tout en indiquant «**l'histoire**» des **pictogrammes** créés sur les côtés de celle-ci.



_ Collections complètes

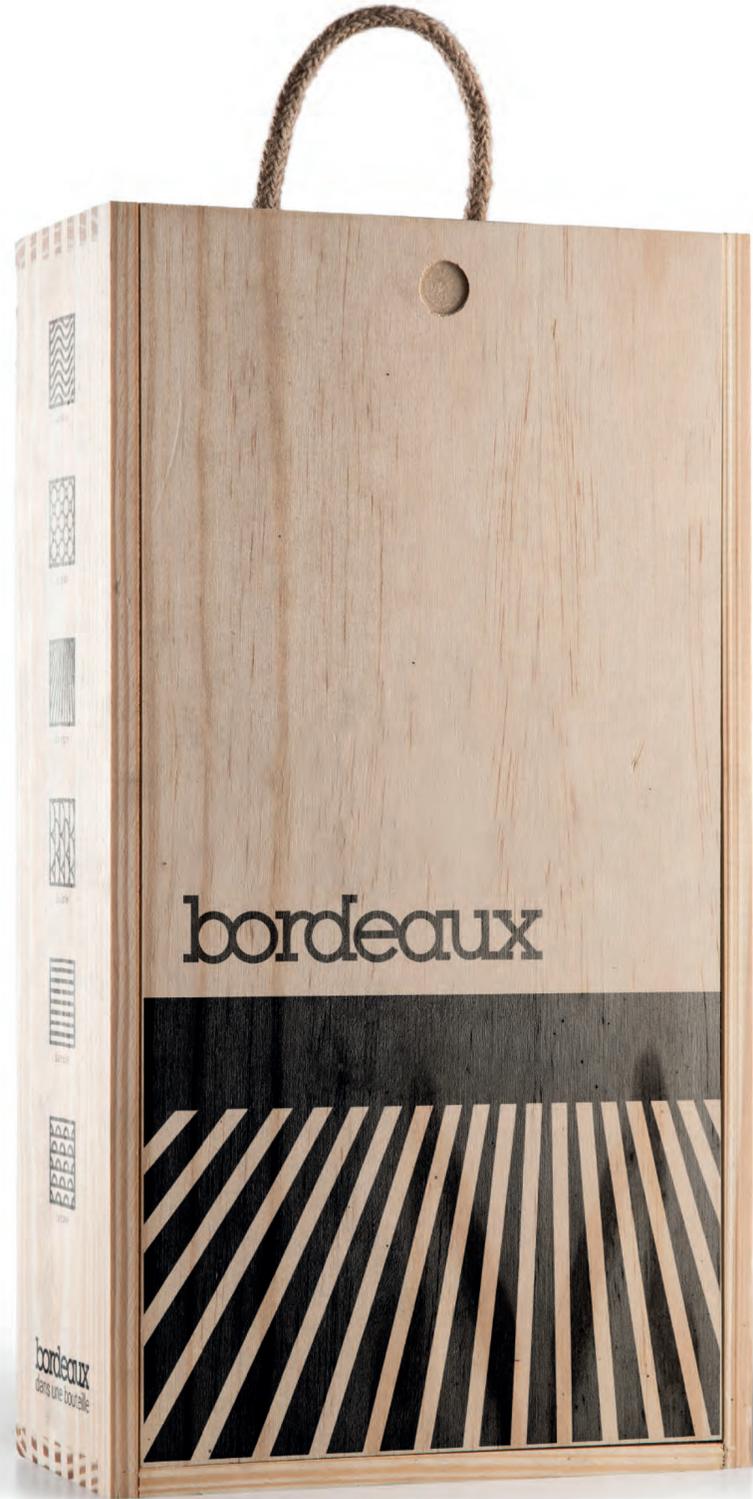


Rosé

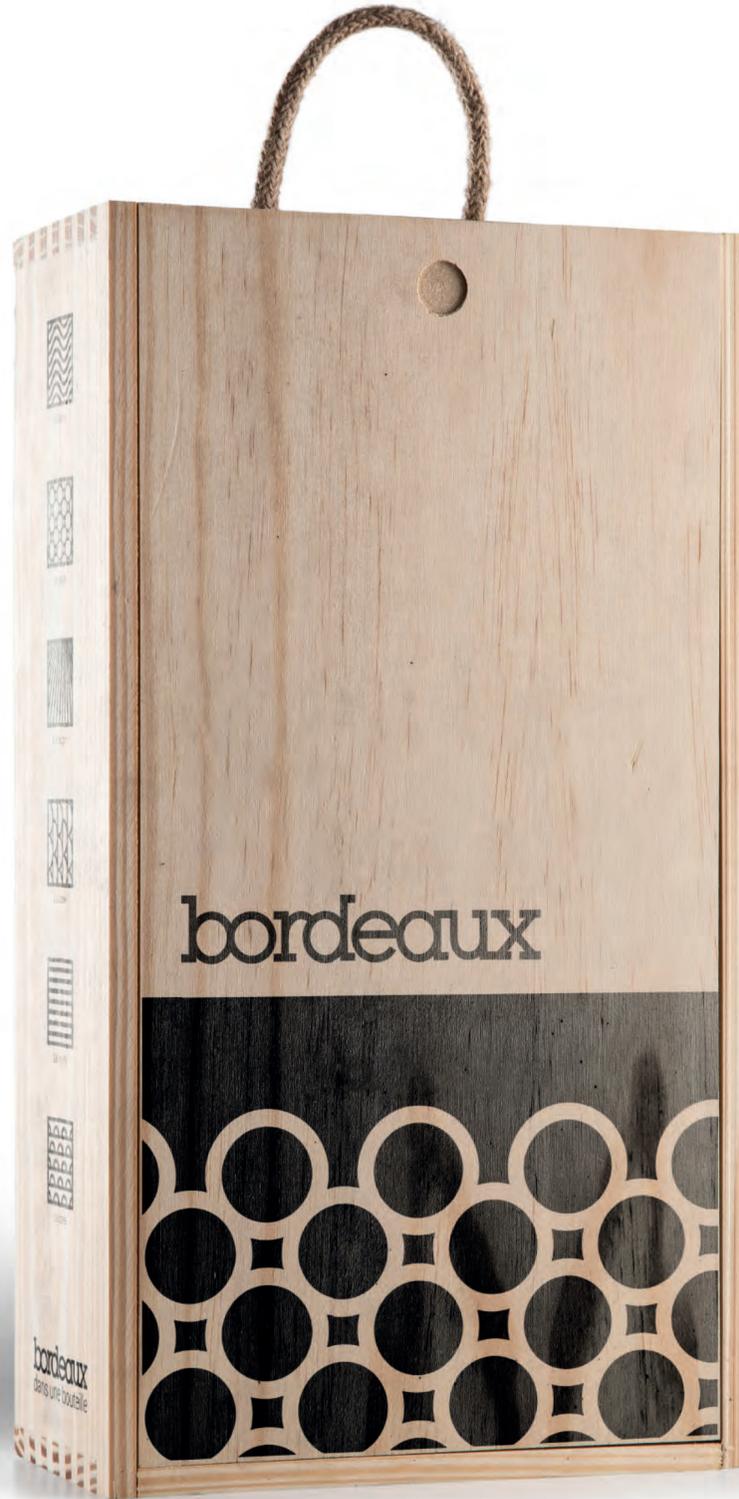
Blanc

Rouge

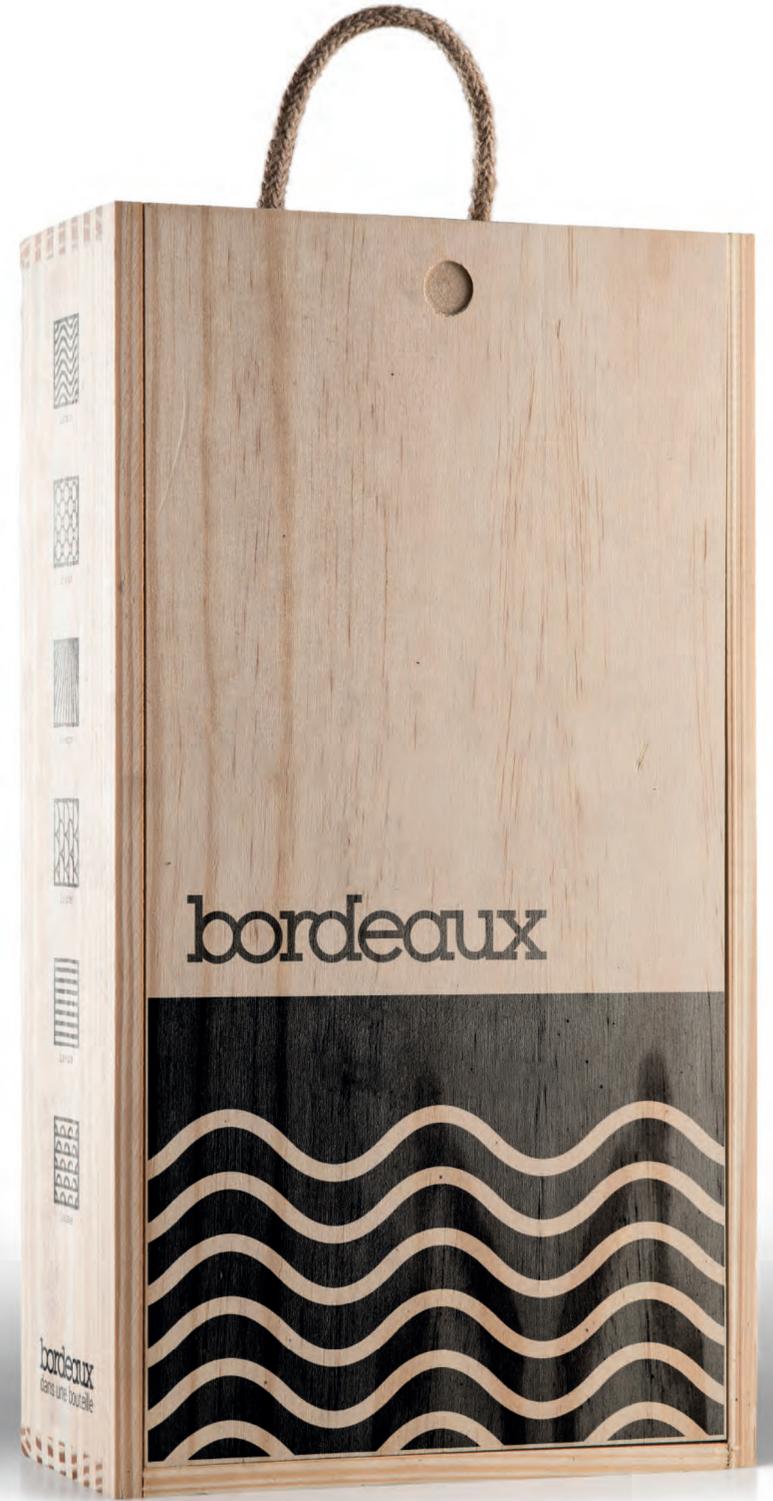
_ Caisses



Rouge



Blanc

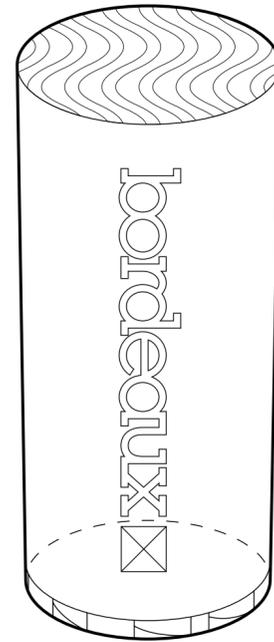


Rosé

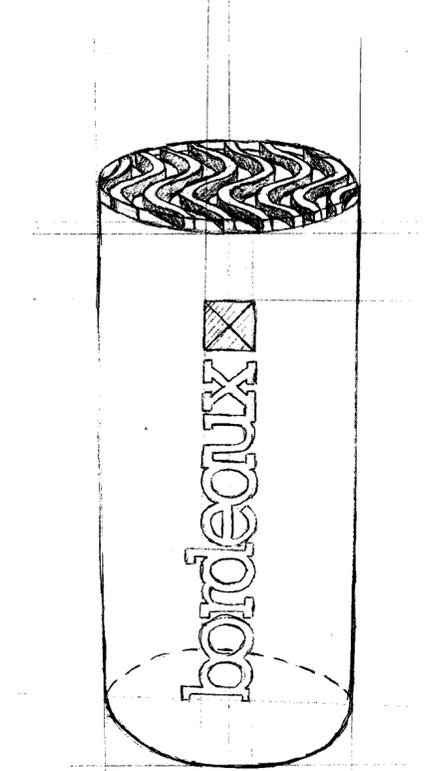
_ Bouchon

Nous avons décidé d'aller le plus loin possible dans l'exploitation de notre identité visuelle en créant un bouchon qui reflète encore une fois les codes que nous utilisons, le principe étant d'avoir la **partie haute du bouchon**, celle visible quand on débouche la bouteille, qui soit imprimée du motif représentant celle-ci (vagues, lignes etc.). La **partie basse du bouchon** elle, serait creusée afin de laisser apparaître ce motif en relief, créant de ce fait une fois la bouteille débouchée un **tampon du motif**.

Haut



Bas



_ Campagne publicitaire



_ Campagne principale de présentation du produit

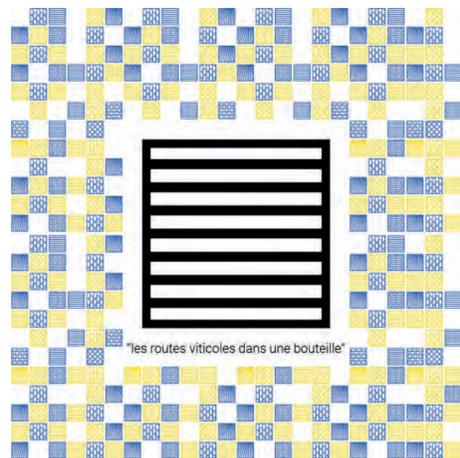
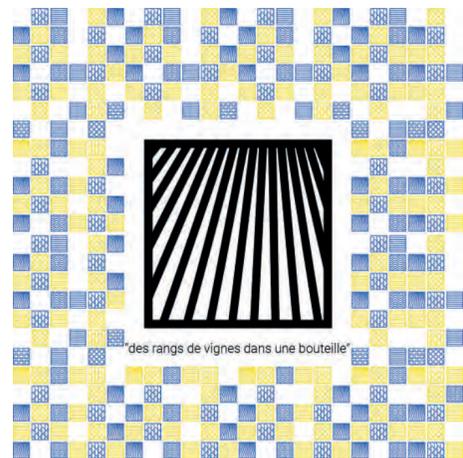
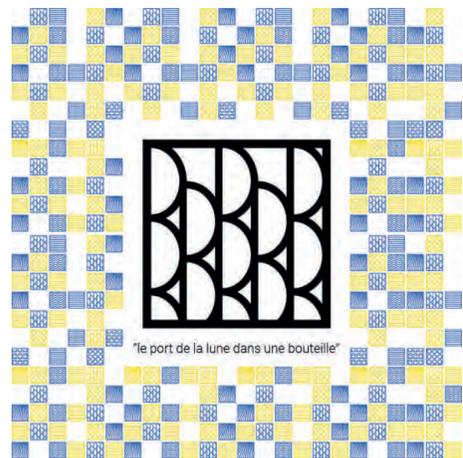
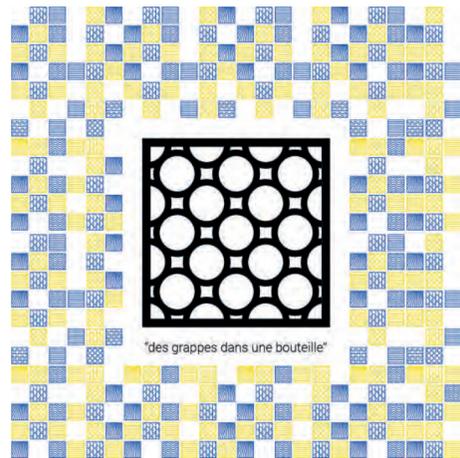
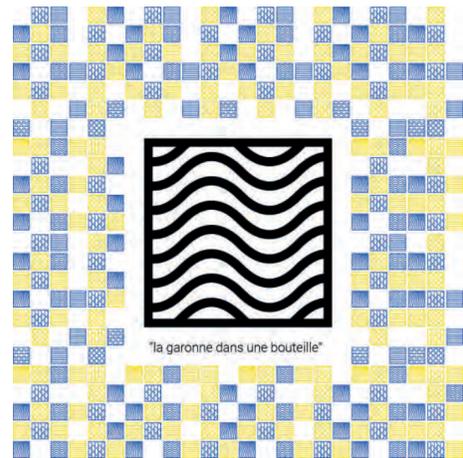
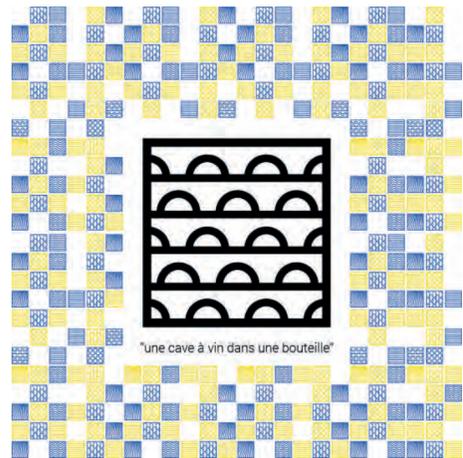


_ Exemple d'affiche annexe (périodique : rosé en été, rouge en septembre etc)

_ Moments de consommation



_ Réseaux sociaux



bordeauxvinattitu... ⋮

Abonné(e) ▾

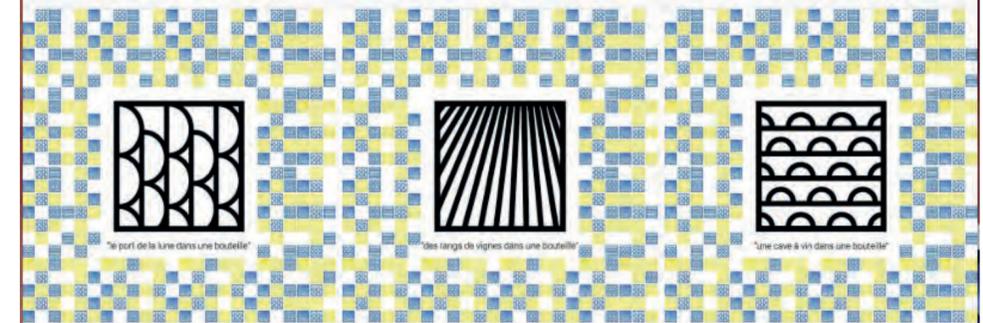
Bordeaux Vin Attitude
"Bordeaux dans une bouteille"

Abonnés : emmacbz, victoire_foubert, louispedros et 1 autres

18
publications

6
abonnés

6
abonnements



bordeaux dans une bouteille



_ Goodies

Icebag



Totebag

