



**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

**CODE DE MARQUE**

**1.**  
**LES PRINCIPES  
FONDATEURS**  
*P.5*

**2.**  
**LE LOGOTYPE**  
*P.13*

**3.**  
**L'UNIVERS  
CRÉATIF**  
*P.23*

**4.**  
**EXEMPLES  
DE VISUELS**  
*P.45*

**5.**  
**EXEMPLES  
D'APPLICATIONS**  
*P.55*

**6.**  
**L'APPROPRIATION**  
*P.70*



## **JE VOIS LA VIE EN VOSGES, 10 ANS DE CAPITAL SYMPATHIE**

En 10 ans d'existence, la marque Je Vois la Vie en Vosges est devenue un symbole de ralliement pour tous les vosgiens, entreprises, associations, organismes publics souhaitant revendiquer leur fierté d'appartenance au territoire.

Faire rayonner les Vosges, offrir un porte drapeau collectif, rassembler les messages positifs sous une même bannière pour leur donner plus d'impact...tels sont les objectifs remplis par la marque.

Mais aujourd'hui, **Je Vois la Vie en Vosges** souhaite s'engager davantage et raconter véritablement ce qu'est la vie en Vosges : ses savoir-faire, son cadre de vie, son rapport à la nature, ses circuits-courts...toutes ces spécificités qui rendent la vie en Vosges unique et totalement en accord avec les aspirations de notre temps.

**LE CODE DE MARQUE EST UN OUTIL PÉDAGOGIQUE  
À DESTINATION DES ACTEURS DU TERRITOIRE  
QUI SOUHAITENT SE RÉFÉRER À LA MARQUE  
JE VOIS LA VIE EN VOSGES DANS LEUR COMMUNICATION.**

**Il leur permet ainsi de se fédérer autour de signes identitaires communs et représentatifs à la fois des atouts, du discours et des engagements des Vosges tout en conservant leur personnalité.**

**Les utiliser (tous ou partie) c'est rendre cohérent le discours des Vosges afin de mieux se démarquer auprès de son secteur, ses salariés, ses clients ou publics.**

*PARTIE I*

# **LES PRINCIPES FONDATEURS**

## L'AMBITION POUR DEMAIN

Vers une marque mature et engagée  
qui traduit un mode de vie global

- Qui donne à voir les points saillants et les mouvements en cours
- Qui s'engage pour défendre ses valeurs
- Qui « raconte » le mode de vie vosgien
- Qui présente Je Vois la Vie en Vosges comme une marque « aspirationnelle »





## LES PARTIS-PRIS : TRANSFORMER LES VALEURS EN ENGAGEMENTS

Je Vois la Vie en Vosges s'est appuyée sur 6 valeurs pour se construire et se faire connaître :

VITAMINÉES / VIRTUOSES / VISIONNAIRES  
VOLONTAIRES / AUTHENTIQUES / GÉNÉREUSES

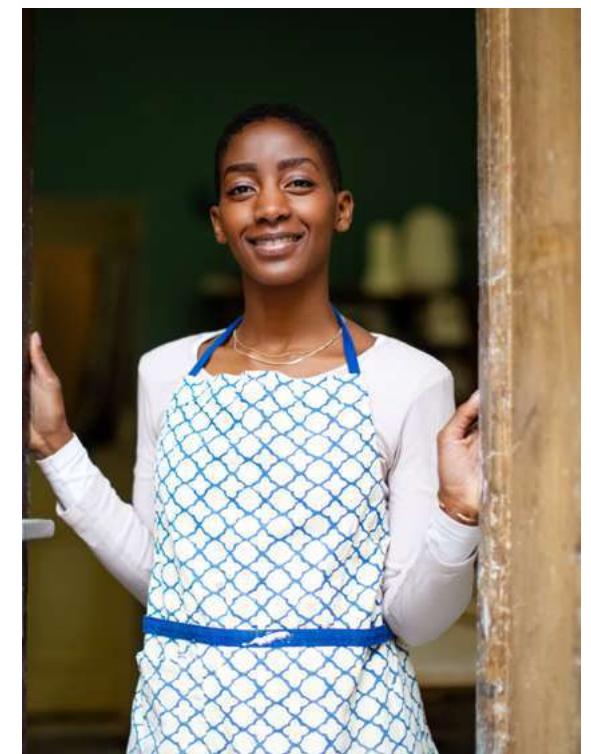
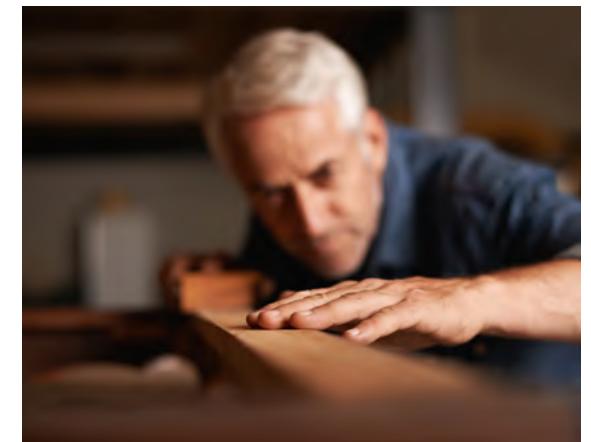
Ces valeurs restent en accord avec l'ADN profond et l'ambition du territoire. Ces dernières se concrétisent désormais par trois engagements qui permettront à la marque de prendre position sur sa vision des Vosges.

## #1 ENGAGEMENT POUR LE LOCAL

**SAVOIR-FAIRE / FABRIQUÉ DANS LES VOSGES  
CIRCUIT COURT**

**Je Vois la Vie en Vosges** s'est ancrée sur la thématique du Fabriqué dans les Vosges bien avant aujourd'hui : démarche produits de qualité, collections capsules avec des entreprises locales...

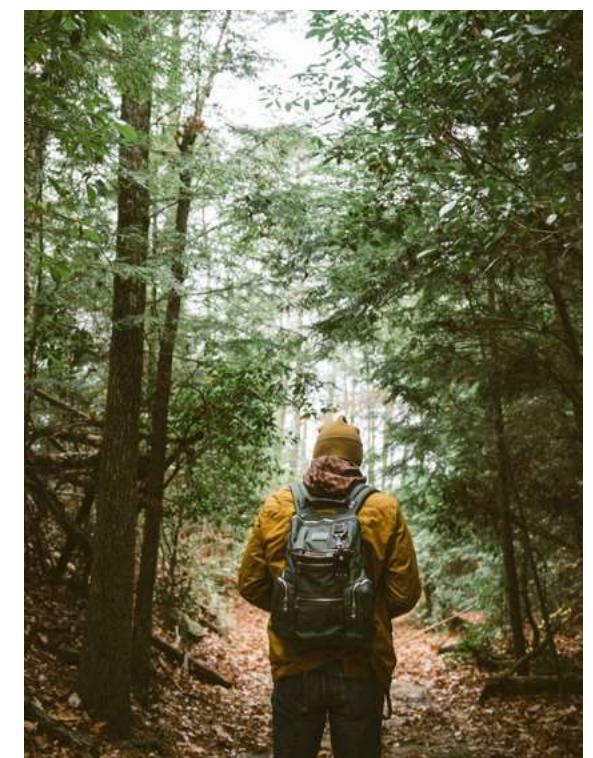
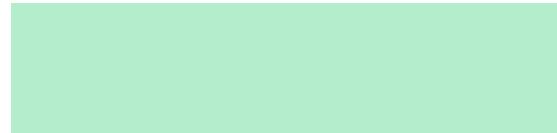
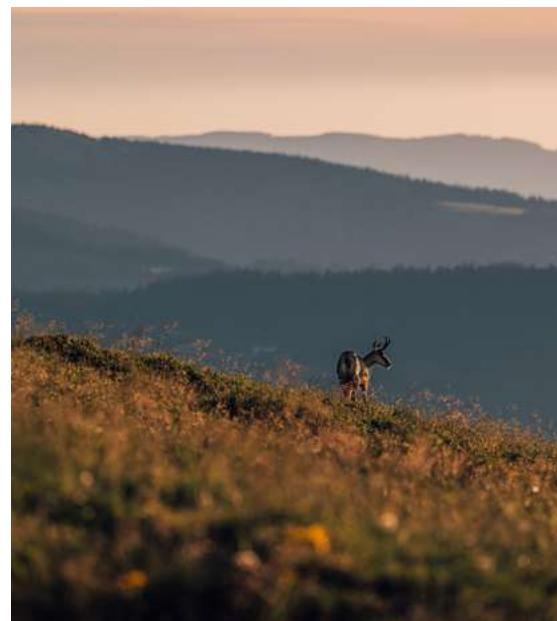
À travers cet engagement, la marque affirme sa volonté d'être une vitrine du "Fabriqué en Vosges" et se positionne ainsi en véritable soutien des entreprises locales.



## #2 ENGAGEMENT POUR LE BIEN-VIVRE

### CADRE DE VIE / SPORTS / FAMILLE ÉQUILIBRE PROFESSIONNEL

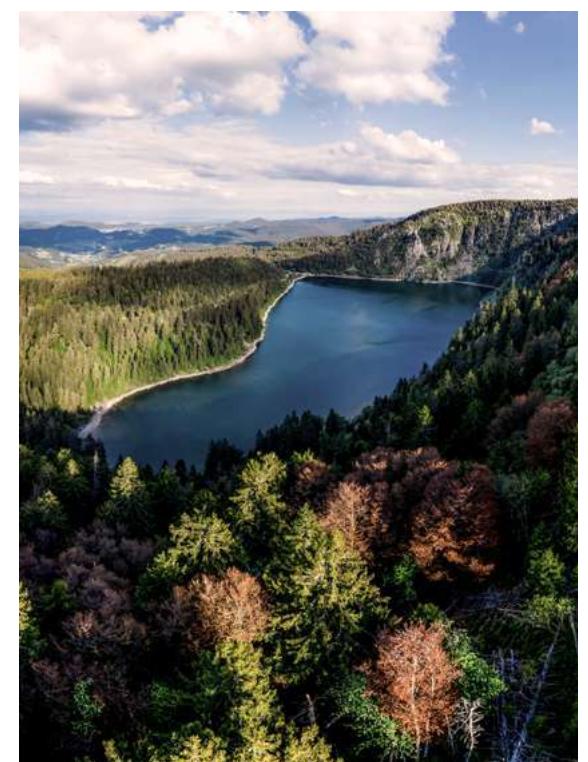
Le bien-vivre, c'est essentiel dans la vie d'un vosgien, à tel point qu'il l'oublierait presque. Et pourtant, c'est le petit plus qui fait qu'on se sent bien sur le territoire : la possibilité de pratiquer un sport en pleine nature pendant sa pause déjeuner, d'être dépaysé au détour d'un sentier de randonnée et tout simplement de respirer. La marque s'engage donc à soutenir cet équilibre et à valoriser cette facette du territoire à travers l'ensemble de ses actions de communication.



## #3 ENGAGEMENT POUR LE PATRIMOINE NATUREL

### ÉCRIN NATUREL / PROTECTION DE LA NATURE LA NATURE COMME RESSOURCE VITALE AUTANT QU'ÉCONOMIQUE

Les vosgiens vivent en harmonie avec la nature et ont appris à la respecter, la protéger et à s'en servir comme d'une ressource pour se développer. Les exemples de marques implantées sur le territoire comme Contrex ou Clairefontaine l'illustrent bien. En le positionnant comme un de ses engagements, le respect du patrimoine naturel sera un des piliers dans la réflexion stratégique de la marque.



## LES PARTIS-PRIS : RACONTER LA PROMESSE DE MARQUE « JE VOIS LA VIE EN VOSGES »

Je Vois la Vie en Vosges est un logo reconnu et fortement utilisé par les vosgiens et acteurs du territoire. Il est aujourd'hui temps pour la marque de raconter sa promesse et de raconter les histoires personnelles, passionnées et intimes derrière les produits, les événements et les modes de vie en Vosges.

### 3 AXES ÉDITORIAUX



#### LES « MODES DE VIE EN VOSGES »

Portraits, ambassadeurs...

#### « FABRIQUÉ DANS LES VOSGES »

Les histoires des produits par ceux qui les font (conception, fabrication, distribution): artisans, producteurs, designers, distributeurs...

#### LES PARTENAIRES

Territoires et entreprises

## LES TOTEMS DE LA MARQUE JE VOIS LA VIE EN VOSGES



LES PRODUITS ET LEUR  
DISTRIBUTION



LES ÉVÈNEMENTS



LES PARTENAIRES  
PUBLICS ET PRIVÉS



LE LABEL JE VOIS LA VIE  
EN VOSGES TERROIR

*PARTIE 2*

# LE LOGOTYPE

LE BLOC MARQUE EN COULEUR ET EN RÉSERVE

**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

LE BLOC MARQUE / LES DIFFÉRENTES VERSIONS EN RÉSERVE

JE VOIS  
LA VIE EN  
**VOSGES**

JE VOIS  
LA VIE EN  
**VOSGES**

JE VOIS LA VIE EN VOSGES

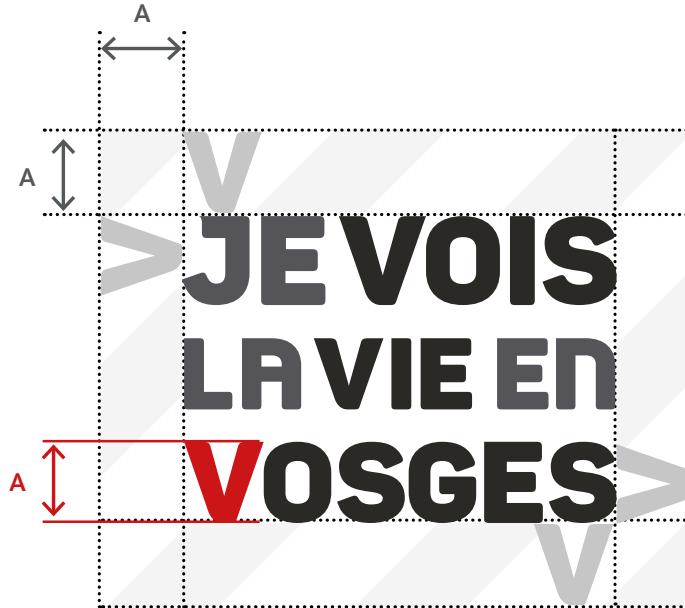
JE VOIS LA VIE EN VOSGES

## LE LOGOTYPE

17

### RÈGLES D'UTILISATION / ZONE DE PROTECTION

Zone minimale dans laquelle aucun élément externe ne doit entrer. Celle-ci est définie par la valeur «A».



## RÈGLES D'UTILISATION / BLANC TOURNANT

Dans certains cas, si le logo doit être isolé sur un aplat blanc pour préserver sa lisibilité, l'encadrement suit les mêmes règles que la zone de protection du logotype.



RÈGLES D'UTILISATION / TAILLES MINIMALES

Tailles minimales  
pour le print et le web



## LES INTERDITS

Le dessin de la marque est immuable.  
Aucune modification ou déformation du logotype n'est autorisée.



**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

Ne pas changer la couleur du logo.



**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

Ne pas incliner le logo.



**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

Ne pas changer la typographie  
ou les éléments du logo.



**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

Ne pas déformer le logo.



Veiller à s'assurer d'une bonne lisibilité  
entre le fond et le logo.



**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

Assurer un contraste suffisant  
entre le fond et le logo pour  
une bonne lisibilité.

## LES RECOMMANDATIONS

Afin de s'assurer de sa lisibilité sur chaque support, on place le logo sur un fond non perturbé sur lequel il se détache, en respectant sa zone de protection. Nous conseillons de ne pas encadrer quand cela est possible. Aucune modification ou déformation du logotype n'est autorisée.

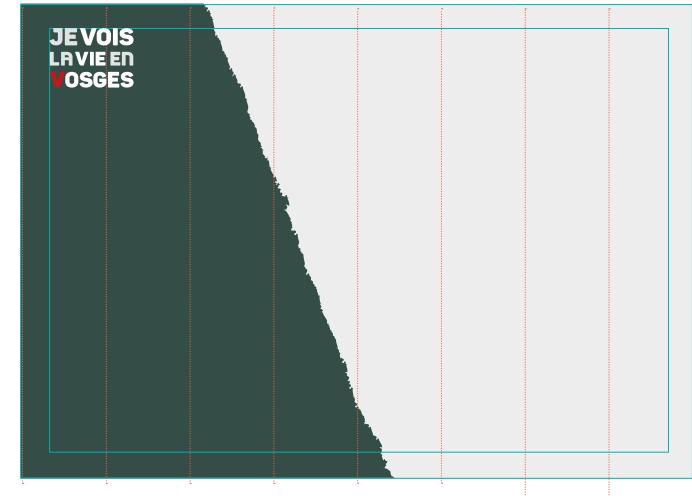
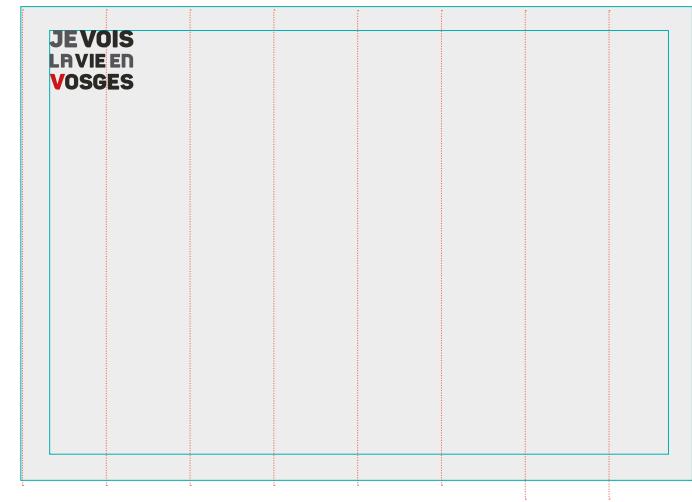
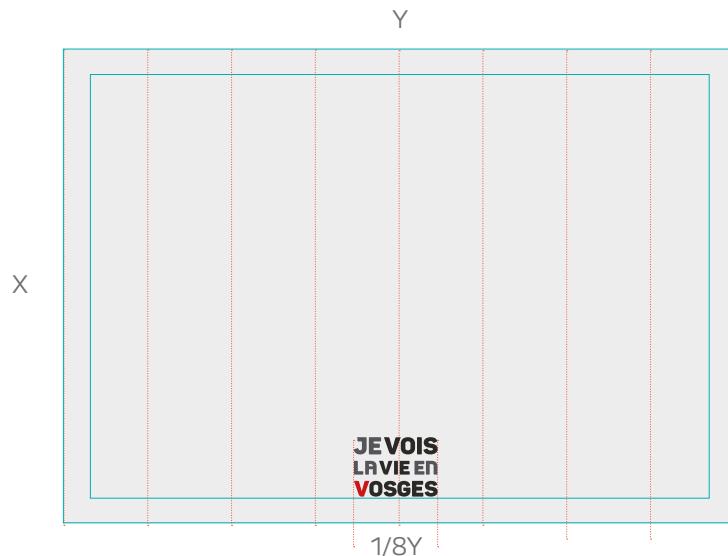


## PROPORTION ET PLACEMENT DU LOGOTYPE

Afin d'assurer une certaine cohérence dans le déploiement de l'identité, le logo devra toujours être centré ou à droite d'une mise en page comme ci-dessous.

Proportion du logo est égale à 1/8  
du grand côté du document

X = petit côté d'un document  
Y = grand côté d'un document



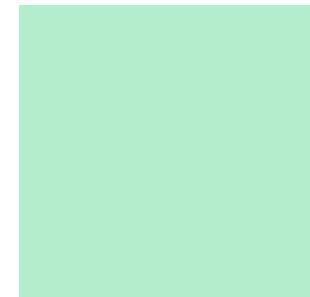
*PARTIE 3*

# L'UNIVERS CRÉATIF

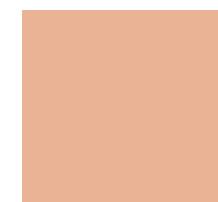
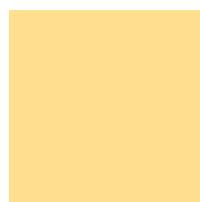
*COULEURS DE MARQUE*



*COULEURS SECONDAIRES*



*COULEURS TERTIAIRES*

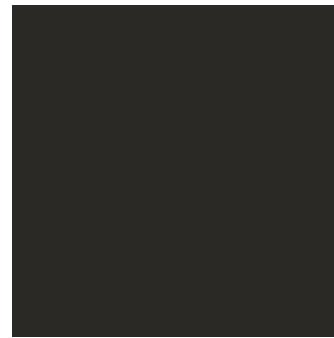


*COULEURS DE MARQUE*



**CMJN** 12 \ 100 \ 100 \ 4  
**RVB** 203 \ 21 \ 23  
**HEXA** #CB1517

**PANTONE** 2347 C



**CMJN** 63 \ 62 \ 60 \ 74  
**RVB** 43 \ 41 \ 38  
**HEXA** #2B2926

**PANTONE** 426 C



**CMJN** 63 \ 53 \ 46 \ 40  
**RVB** 84 \ 84 \ 89  
**HEXA** #545459

**PANTONE** Cool Gray 11 C

## Couleurs secondaires



**CMJN** 77 \ 45 \ 57 \ 46  
**RVB** 48 \ 79 \ 77  
**HEXA** #304F4D

**PANTONE** 5545 C



**KRAFT PHOTOGRAPHIE**  
**COULEUR KRAFT**  
**CMJN** 16 \ 30 \ 44 \ 4  
**RVB** 214 \ 179 \ 145  
**HEXA** #D6B391

**PANTONE** 4665 C



**CMJN** 35 \ 0 \ 30 \ 0  
**RVB** 180 \ 218 \ 195  
**HEXA** #B4DAC3

**PANTONE** 572 C

## Couleurs Tertiaires



**CMJN** 0 \ 13 \ 52 \ 0  
**RVB** 255 \ 224 \ 144  
**HEXA** #FFE090

**PANTONE** 2001 C



**CMJN** 7 \ 36 \ 40 \ 0  
**RVB** 235 \ 179 \ 152  
**HEXA** #EBB398

**PANTONE** 488 C



**CMJN** 25 \ 45 \ 65 \ 15  
**RVB** 179 \ 134 \ 90  
**HEXA** #B3865A

**PANTONE** 728 C



**CMJN** 45 \ 0 \ 20 \ 0  
**RVB** 151 \ 210 \ 212  
**HEXA** #97D2D4

**PANTONE** 629 C

## POLICE DE TITRAGE ET DE TEXTE COURANT

**PANTON BLACK****AA BB**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

,?;.:=/+%^&amp;()!-\_€@#«»

## POLICE D'ACCOMPAGNEMENT

*ORANGES & Lemons**ORANGES*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

.,;.:=/+%^&amp;()!-\_€@#""

*Lemons*

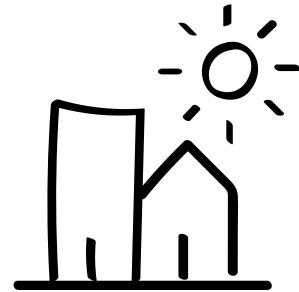
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

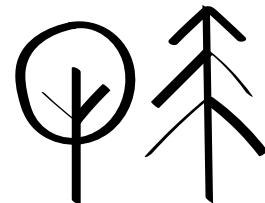
0123456789

.,;.:=/+%^&amp;()!-\_€@#""

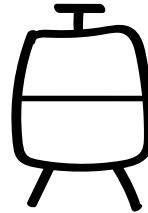
Ce duo de police de caractère est payant et disponible ici :  
<https://nickylaatz.com/shop/143-oranges-and-lemons-font-duo>



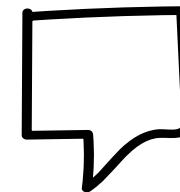
VILLE



FORÊT



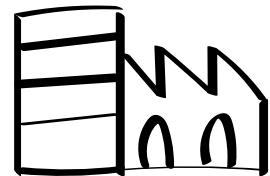
TRANSPORT



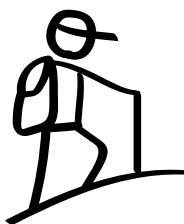
PAROLE



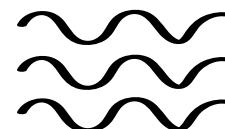
MOBILITÉ



ENTREPRISE



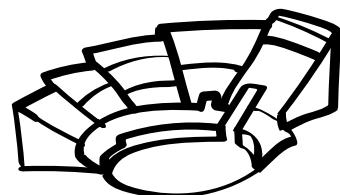
RANDONNÉE



EAU



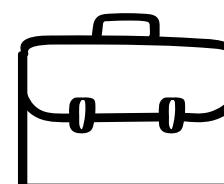
SANTÉ



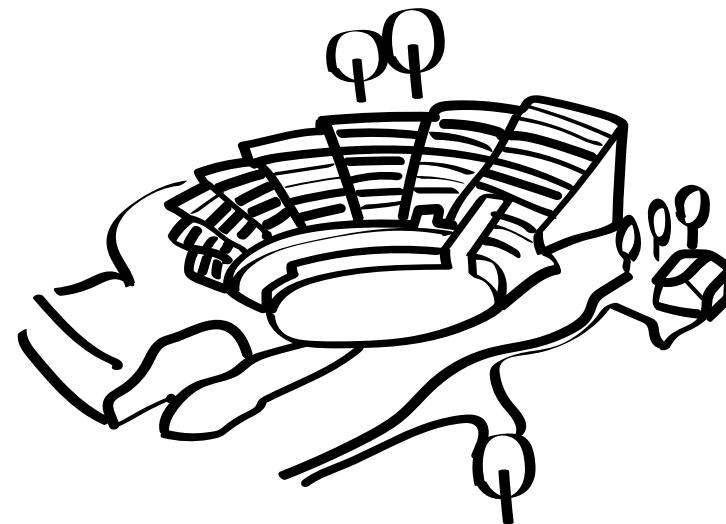
PATRIMOINE



SAVOIR-FAIRE



EMPLOI



## 1. LE V COMME FIL ROUGE



## 2. LA SENSORIALITÉ



## 3. LE STORYTELLING



// JE VOIS LA  
VIE EN couleurs ! //

## #1 LE V COMME FIL ROUGE

Le V issu du logotype Je Vois la Vie en Vosges est un marqueur fort, il permet le lien avec les marques institutionnelle et produit, renforce la cohésion entre les différentes prises de parole.

Bien installé et identifié, il est un fil rouge pour faire rayonner les Vosges et le véritable « état d'esprit Vosgiens ». Il n'est pas sans rappeler les valeurs historiques de la marque : vitaminées, virtuoses... Il est donc au cœur de l'univers graphique de la marque.

En entier ou partiellement, dans tous les visuels, on joue avec les obliques du V du logotype «Je Vois la vie en Vosges».



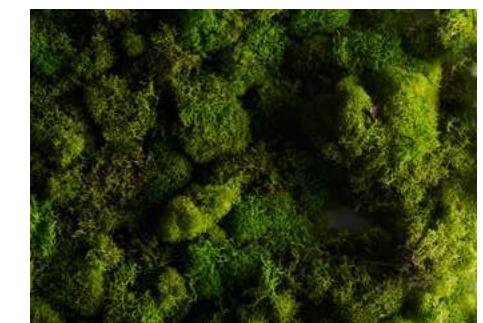
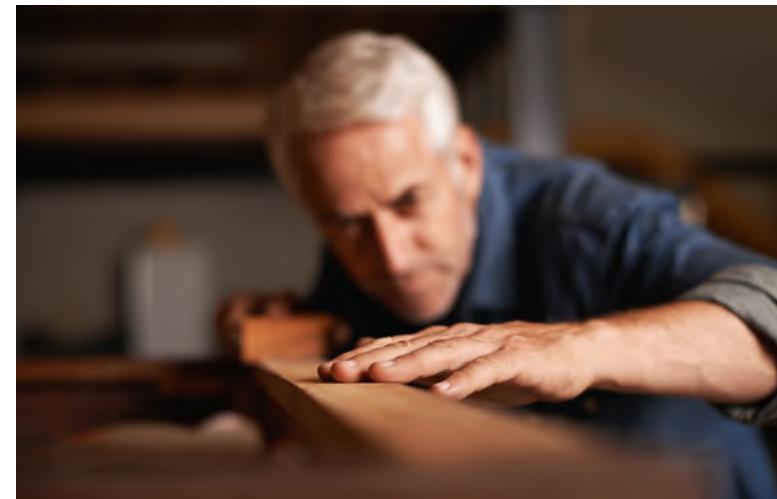
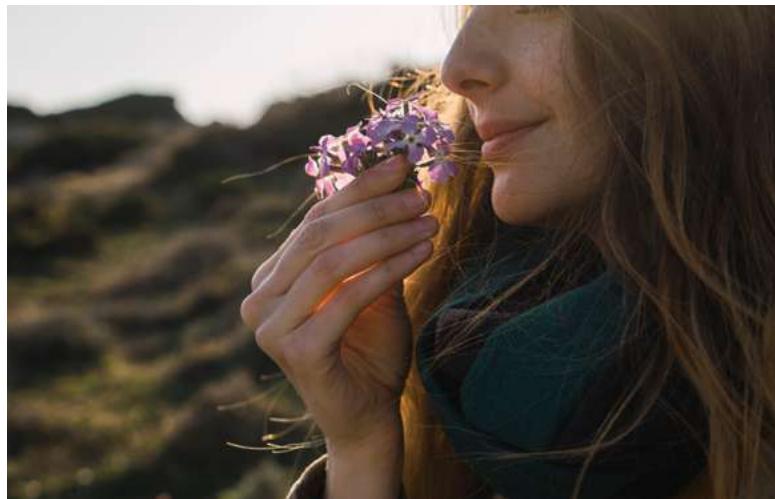
En entier ou partiellement, dans tous les visuels, on joue avec les obliques du V du logotype «Je Vois la vie en Vosges».



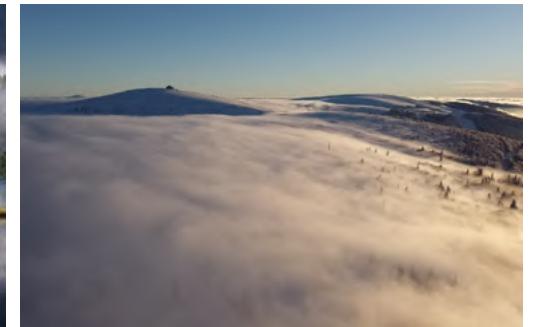
## #2 LA SENSORIALITÉ

Grand espaces, proximité avec la nature, sport en plein air... autant d'expériences sensorielles à vivre dans les Vosges. À travers des jeux de textures, des photos de territoire magnifié, nous vous invitons à l'éveil des sens.  
Visuellement, mais pas seulement.

Le territoire offre des possibilités infinies quant à sa découverte sensorielle : dégustation, parfum, podcasts... On peut ainsi imaginer faire appel à tous les autres sens et créer des expériences sensorielles conçues pour permettre d'éveiller nos sens... et ainsi, d'explorer cet environnement autrement.



## SENSORIALITÉ ET TEXTURES L'ÉVEIL DES SENS



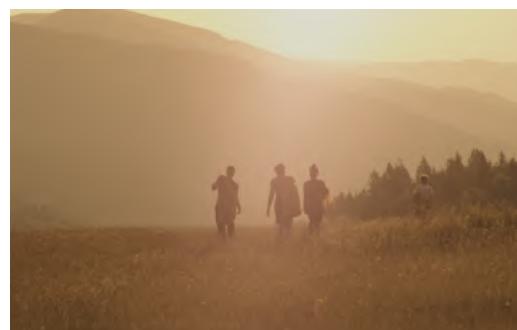
DES PAYSAGES SUBLIMÉS



## #3 LE STORYTELLING

Montrer les Vosges à travers les yeux de chacun, c'est raconter le territoire en répondant à la question : C'est quoi, la vie en Vosges ?

Personnifier les réussites et mettre en avant ceux qui en sont les artisans : des ambassadeurs à engager, à placer au cœur du récit pour mettre en avant le véritable « état d'esprit vosgien », à travers une appropriation spontanée de la marque par les Vosgiens. On raconte les modes de vie Vosgiens grâce à des prises de paroles, des success stories, des valeurs en action.



UNE ICONOGRAPHIE PLUS HUMAINE  
LES VOSGES À TRAVERS LES YEUX DE CHACUN

**L'ICONOGRAPHIE / FILTRE « JE VOIS LA VIE EN VOSGES »**

Le filtre « Je Vois la Vie en Vosges » est ajouté aux photographies afin d'avoir une identité forte et cohérente. Des couleurs plus chaleureuses, qui révèlent l'état d'esprit Vosgien. Ce filtre est disponible dans le kit de marque sous forme de script photoshop.





Dans les prises de paroles, on utilise un duo de police de caractères ainsi que des guillemets propriétaires afin d'identifier en un clin d'oeil la marque et ses ambassadeurs.



“**JE VOIS LA  
VIE EN couleurs !**

Ici, les paysages inspirent.  
On laisse filer le temps et on  
profite des grands espaces...”



“**VOIR LA VIE  
EN VOSGES,  
c'est changer  
de perspective !**”

LE LOGOTYPE

**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

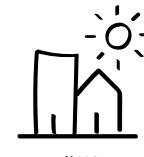
LES COULEURS



L'ICONOGRAPHIE



PICTOGRAMMES ET CODES GRAPHIQUES



VILLE



FÔRET



TRANSPORT



MOBILITÉ



ENTREPRISE



RANDONNÉE



SANTÉ



PATRIMOINE



SAVOIR-FAIRE

LA TYPOGRAPHIE

**PANTON BLACK**  
*ORANGES & Lemons*

LES PRINCIPES DE MISE EN PAGE



**JE VOIS LA  
VIE EN couleurs !**

Ici, les paysages inspirent.  
On laisse filer le temps et on  
profite des grands espaces...

*PARTIE 4*

# **EXEMPLES DE VISUELS**

**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

*C'est quoi pour vous,  
la vie en Vosges ?*

# JE VOIS LA VIE EN VOSGES

*C'est quoi pour vous,  
la vie en Vosges ?*



# JE VOIS LA VIE EN VOSGES

*C'est quoi pour vous,  
la vie en Vosges ?*

A scenic road through the Vosges mountains, featuring a yellow van driving away from the viewer. The road is surrounded by lush green forests and rolling hills under a clear sky.

# JE VOIS LA VIE EN VOSGES

*C'est quoi pour vous,  
la vie en Vosges ?*

||

JE VOIS  
LA VIE EN  
**VOSGES**

An aerial photograph of a landscape featuring a deep green river or lake winding through a forest of coniferous trees. The terrain rises into several mountain ridges covered in forest, with some areas showing autumnal yellow and orange foliage. The sky is clear and blue.

**CHANGEZ DE  
PERSPECTIVES,  
*venez voir  
la vie en Vosges !***

**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

C'est quoi  
pour vous,  
la vie en Vosges ?



**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

*Moi je vois  
la vie en Vosges,  
et vous ?*



**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

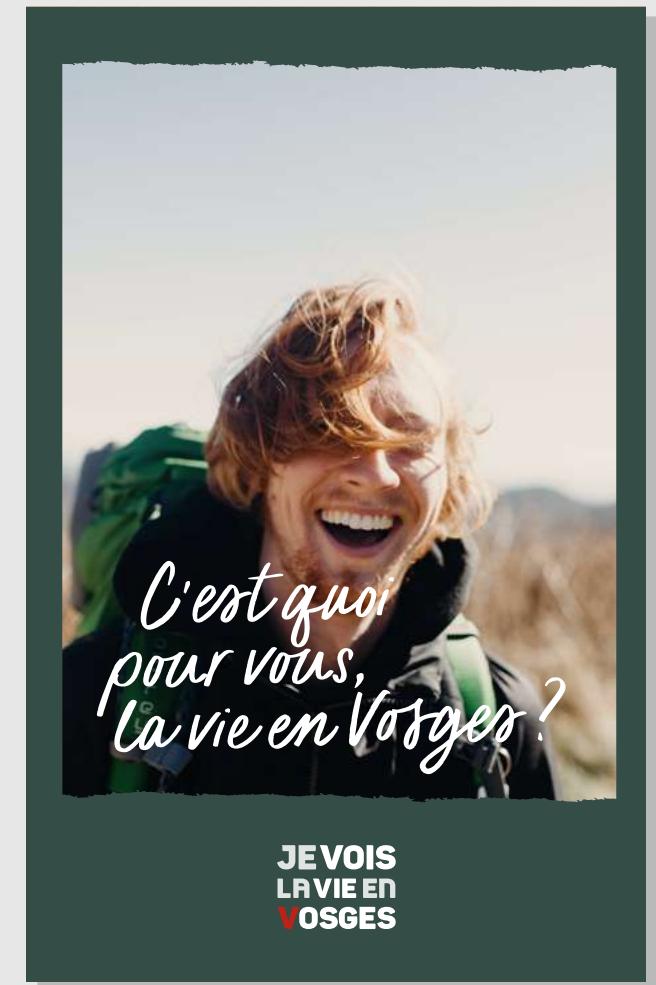
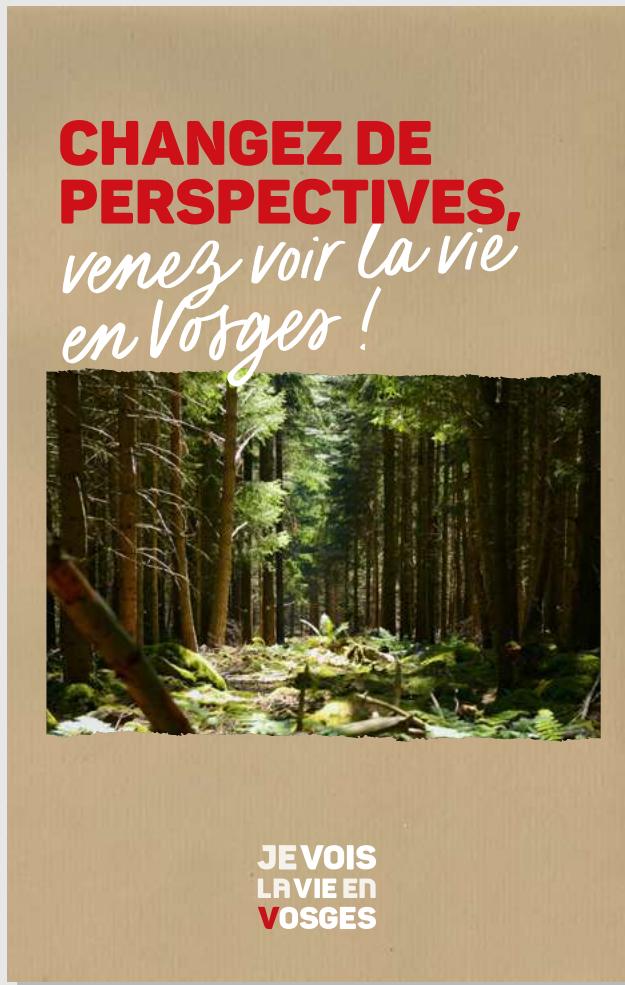
*C'est quoi  
pour vous,  
la vie en Vosges ?*



*PARTIE 5*

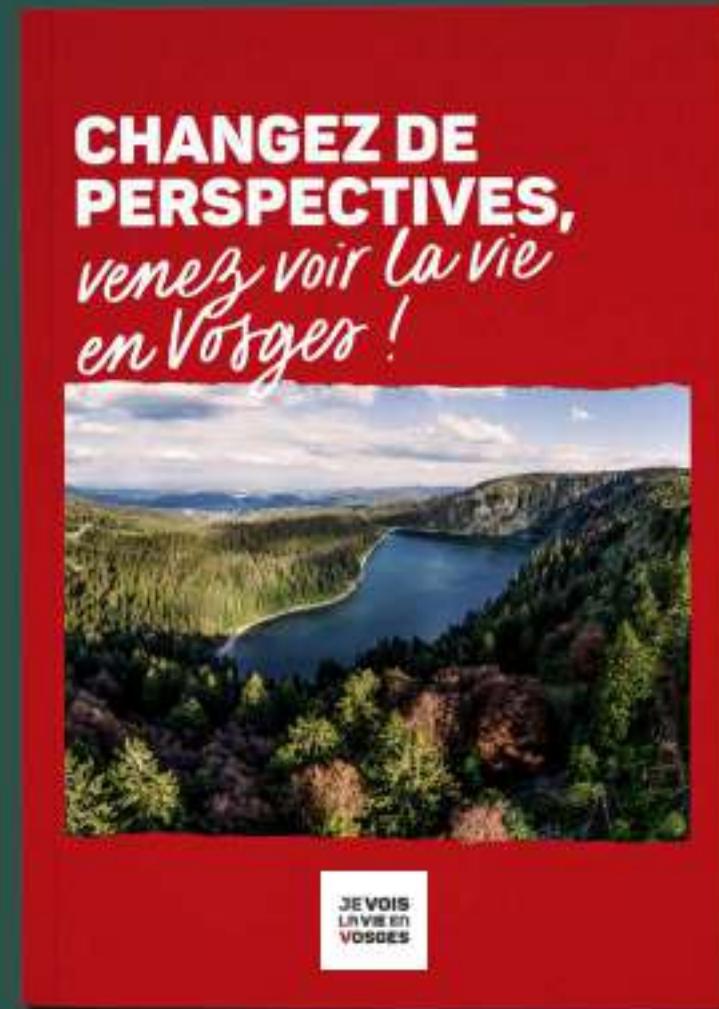
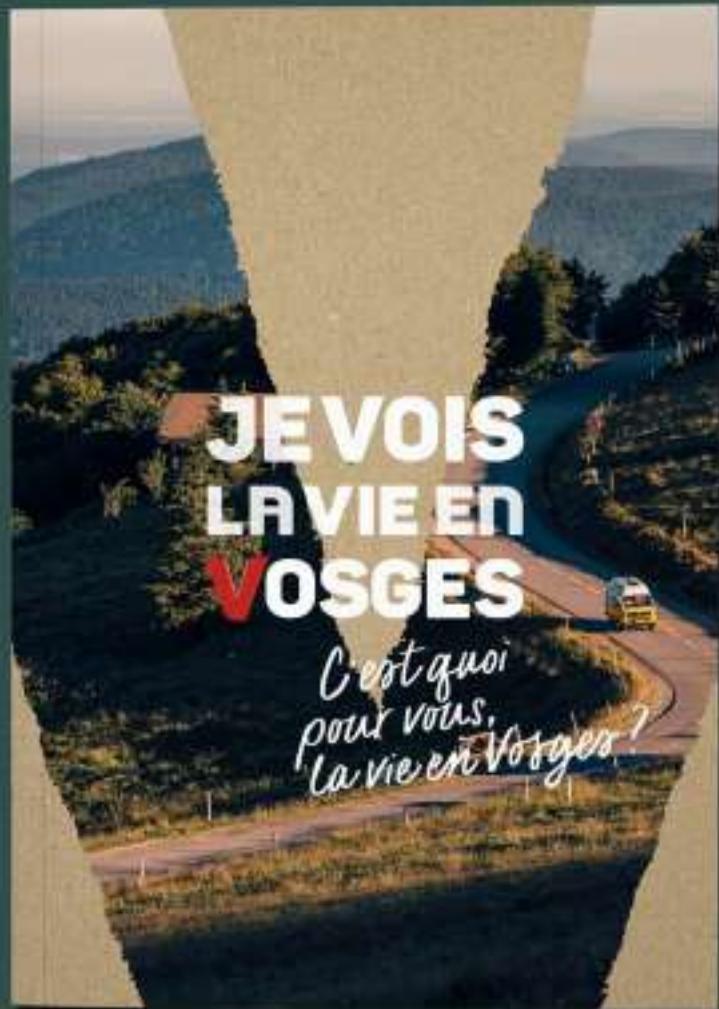
# **EXEMPLES D'APPLICATIONS**





The screenshot shows the homepage of the 'JE VOIS LA VIE EN VOSGES' website. At the top left is a navigation bar with 'LES SITES DE LA MARQUE' and a dropdown arrow. On the right are links for 'La Boutique', 'Vosges.fr', and 'Vosges MAG'. Below the navigation is a menu icon labeled 'MENU' and a search icon. The main header 'JE VOIS LA VIE EN VOSGES' is displayed in bold black and red text. A large banner image shows three people cycling on a wooden bridge in a forest. Overlaid on the banner is the text 'S'INSTALLER DANS LES VOSGES' in large white letters, followed by a subtitle in smaller white text: 'La promesse de réaliser le projet de vie professionnelle et personnelle dont vous avez toujours rêvé !'. A red button with 'Plus d'infos →' is positioned below the subtitle. In the bottom right corner of the banner, there is a small red square icon with a white stylized figure. At the very bottom of the page, the text 'LA VIE EN VOSGES' is centered, followed by a horizontal line. Below this line, a small amount of placeholder text 'Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod' is visible.

The screenshot shows a Facebook page interface. At the top, there's a navigation bar with the Unblast logo and a search bar. The main header features a large, torn paper graphic with the text "C'est quoi pour vous, la vie en Vosges?". To the left of the header is a circular profile picture with the text "JE VOIS LA VIE EN VOSGES". Below the header, there's a sidebar with links for Home, About, Photos, Reviews, Events, Posts, and Community, along with a "Create a Page" button. The central area has a status bar with a placeholder "Write something on this Page..." and a "Status" button. Below that is a "Posts" section containing a single post from "JE VOIS LA VIE EN VOSGES" with the caption "Faire vivre les savoir faire Vosgien, c'est aussi ça voir la vie en Vosges :)" and a photo of a woman in an apron. On the right side, there are sections for "Community", "About", and "People". The "Community" section shows statistics: 107,476 likes, 99,000 followers, and a post by Sara Helwe. The "About" section includes links to contact via Messenger and education information. The "People" section shows a count of 107k likes.



**LOREM IPSUM  
TOFFICATIAM  
QUIS AUT INTUR,  
ID QUAS EOS**

*LOREM ipsum  
dolor sit amet!*

**LOREM IPSUM DOLOR SIT  
LOREM IPSUM**

**6 521**  
Harundae pro te expel in necus incendi

**6 521**  
Harundae pro te expel in necus incendi

**LOREM IPSUM DOLOR SIT  
LOREM IPSUM**

Harunda pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidelist abor secae. Nequo velentem unte et doles elaccer natetur sitas nihillignimo cones moditistrum ad quunte nos commis volorisinus venit acessite et alibus.

beribus sit inis es volupti squidelist abor secae. Nequo velentem unte et doles elaccer natetur sitas nihillignimo cones moditistrum ad quunte nos commis volorisinus venit acessite et alibus.

Te pella voluptat. Abo. Xim esequas quianih illoresto initit plibea perum quidi valor alicilliae de simo cumet vendicipsum eosseed qui quam nissunt int laut aliue pre perum rentur. Soluptata voluptatem eos doluptam is in prehent aut fuga. Harunda pro te expel in necus incendi

Te pella voluptat. Abo. Xim esequas quianih illoresto initit plibea perum quidi valor alicilliae de simo cumet vendicipsum eosseed qui quam nissunt int laut aliue pre perum rentur. Soluptata voluptatem eos doluptam is in prehent aut fuga. Soluptata voluptatem eos doluptam is in prehent aut fuga.





**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

01.07.2021

**UPTAS DOLES ER  
SPERRUM QUIDE  
NIATIIS EATIIS DOLE**

## SOMMAIRE

1. LOREM IPSUM	20	1. LOREM IPSUM	20
1.1 Dolendicabore net eum quasinus	20	1.1 Dolendicabore net eum quasinus	20
1.2 Repero eat dipicabo	12	1.2 Repero eat dipicabo	12
1.3 Simus roressim ipsandis	14	1.3 Simus roressim ipsandis	14
1.4 Officit dolectatur autatur	16	1.4 Officit dolectatur autatur	16

1. LOREM IPSUM	20	1. LOREM IPSUM	20
1.1 Dolendicabore net eum quasinus	20	1.1 Dolendicabore net eum quasinus	20
1.2 Repero eat dipicabo	12	1.2 Repero eat dipicabo	12
1.3 Simus roressim ipsandis	14	1.3 Simus roressim ipsandis	14
1.4 Officit dolectatur autatur	16	1.4 Officit dolectatur autatur	16

4

*Partie 1*

## LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

TITRE DE LA PARTIE

TITRE DE LA SLIDE

Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidealist abor secae. Nequo velentem unte et dolos elacer naturer sitas nihillignimo cones moditistrum ad quante nos commis volorisimus venit acesite et alibus.

Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidealist abor secae. Nequo velentem unte et dolos elacer naturer sitas nihillignimo cones moditistrum ad quante nos commis volorisimus venit acesite et alibus.

Te pella voluptat. Abo. Xim exequa quanlih liberto inabit pabea perum quid valor aliciliae de simo cumit vendicatum essed qui quam missunt int laut aliqe pre perum renut?

Soluptata voluptatem eos doluptam is in prehent aut fuga.

- Ita ideribus eos iudic et et eos aspit apel moditatur?
- Pero omnis iunt eaqui quam nobit faceaque doluptatur aute volestempl eicticum as autet fugia quo tem. Faciatasper es eume mint.

6 521

Harundae pro te expel in necus incendi

TITRE DE LA PARTIE

TITRE DE LA SLIDE

Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidealist abor secae. Nequo velentem unte et dolos elacer naturer sitas nihillignimo cones moditistrum ad quante nos commis volorisimus venit acesite et alibus.

Soluptata voluptatem eos doluptam is in prehent aut fuga.

HARUNDAE PRO TE EXPEL

Sed quatuum iligentem autem alt offic te nat altitatu, si cus. Nem eria pra velenda nihilit adis restori onsepce erupien dipidelta es derum et et aboverum nulparchillo minitur

Ita ideribus eos iudic et et eos aspit apel moditatur?

Pero omnis iunt eaqui quam nobit faceaque doluptatur aute volestempl eicticum as autet fugia quo tem. Faciatasper es eume mint.

TITRE DE LA PARTIE

TITRE DE LA SLIDE

Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidealist abor secae. Nequo velentem unte et dolos elacer naturer sitas nihillignimo cones moditistrum ad quante nos commis volorisimus venit acesite et alibus.

Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidealist abor secae. Nequo velentem unte et dolos elacer naturer sitas nihillignimo cones moditistrum ad quante nos commis volorisimus venit acesite et alibus.

Te pella voluptat. Abo. Xim exequa quanlih liberto inabit pabea perum quid valor aliciliae de simo cumit vendicatum essed qui quam missunt int laut aliqe pre perum renut?

Soluptata voluptatem eos doluptam is in prehent aut fuga.

- Ita ideribus eos iudic et et eos aspit apel moditatur?
- Pero omnis iunt eaqui quam nobit faceaque doluptatur aute volestempl eicticum as autet fugia quo tem. Faciatasper es eume mint.

Ota corrum et, sunt quostrum quid ma perum quatur, veremod maiore eatiscitatus natenpene dolpta incensis minumqu statuad.

EXPEL ID ET RES  
VERUMQUIA SOLLIQ  
ISCLIQUM, TO DIT,  
QUE NUM REPE SEQUATEM  
DIT EXSEC TOTATUR.

- Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidealist abor secae.
- Nequo velentem unte et dolos elacer naturer sitas nihillignimo cones.

**TITRE DE LA SLIDE**

**TITRE DE LA PARTIE**

Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidelist abor secae. Nequo veletem unte et dolles elacer naterat sitas nihilignimo cones moditistrum ad quante nos commis volorisinus venit acesite et alibus.

**52 %**



**60 000**



**856**



**TITRE DE LA SLIDE**

**TITRE DE LA PARTIE**

Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidelist abor secae. Nequo veletem unte et dolles elacer naterat sitas nihilignimo cones moditistrum ad quante nos commis volorisinus venit acesite et alibus.

**HARUNDAE PRO TE EXPEL**

Sed quatum iligentem autem alt offic te nat allatur; si cys.  
Nem era pra velenda nihil adis restori onsecep erupien dipidelita es derum et et aboreum nulparchio minut. Um il iligi omnimus ad eaqid eum erunt latru?

Is stat as cumquos sumquos est porum nate pos ea vellor

**HARUNDAE PRO TE EXPEL**

Sed quatum iligentem autem alt offic te nat allatur; si cys.  
Nem era pra velenda nihil adis restori onsecep erupien dipidelita es derum et et aboreum nulparchio minut. Um il iligi omnimus ad eaqid eum erunt latru?

Is stat as cumquos sumquos est porum nate pos ea vellor

**52 %**



**6 521**



**TITRE DE LA SLIDE**

**TITRE DE LA PARTIE**

Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidelist abor secae. Nequo veletem unte et dolles elacer naterat sitas nihilignimo cones moditistrum ad quante nos commis volorisinus venit acesite et alibus.

Harundae pro te expel in necus incendi beribus sit inis es volupti squidelist abor secae. Nequo veletem unte et dolles elacer naterat sitas nihilignimo cones moditistrum ad quante nos commis volorisinus venit acesite et alibus.

Pe tella voluptat. Abo. Xim exequas quanli illosto inihit plibea perum quid valor alicillar de simo cumet vendicatum eossed qui quare missunt int laut aliqpe pre perum rentur?

Solutata volopatem eos doluptam in prehent aut fuga.  
■ Ita ideribus eos iudic et et eos apsist apel moditatur?  
■ Pero omnis iunt eaqi quam nobif faceque dolupatur aute volestempel eliectum as autet fugia quo tem. Faciatasperd es eume mint.



## SIGNATURE MAIL

À Cc Cci

Objet

Bonjour,

Onseceperist am, ium rem dolorenim et aut in perrorro blabo. Odionse samene odisseque dent undigenda pelent quam esequo blantor asitate cupta et fuga. Laut et omnis ut qui quiam estem. Aborum nihit de voluptur re sediscimolo te entio comienda volupta idem quae consequia dita con re, intotas seque cum hictium eveleni endem. Et resed mod molupta quontot aepudigendam qui totation restrumquo incilia consedit, suntum et odis il illabore num earchiciae asperorunt modit eos dem reratecab ium, ea dolore pa voluptatius.

  
Thibaut CHIPEAU  
Responsable *Création, numérique et image. Adjoint au chef de service*  
Service communication externe et interne  
Tél. : 03 29 30 34 75  
[tchipeau@vosges.fr](mailto:tchipeau@vosges.fr)

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DES VOSGES  
Direction de la communication  
[www.vosges.fr](http://www.vosges.fr)

JE VOIS LA VIE EN VOSGES | *C'est quoi pour vous,  
la vie en Vosges?*

À Cc Cci

Objet

Bonjour,

Onseceperist am, ium rem dolorenim et aut in perrorro blabo. Odionse samene odissequent undigenda pelent quam esequo blantor asitate cupta et fuga. Laut et omnis ut qui quiam estem. Aborum nihit de voluptur re sediscimolo te entio comienda volupta idem quae consequia dita con re, intotas seque cum hictium eveleni endem. Et resed mod molupta quuntot aepudigendam qui totation restrumquo incilia consedit, suntum et odis il illabore num earchiciae asperorunt modit eos dem reratecab ium, ea dolore pa voluptatius.

**JE VOIS  
LA VIE EN  
VOSGES**

THIBAUT CHIPEAU  
Responsable Crédation, numérique et image. Adjoint au chef de service  
Service communication externe et interne

+33(0)3 29 30 34 75  
tchipeau@vosges.fr  
[www.jevoislavieenvosges.fr](http://www.jevoislavieenvosges.fr)  
[www.vosges.fr](http://www.vosges.fr)







*PARTIE 6*

# APPROPRIATION

### LES DIFFÉRENTS NIVEAUX

L'utilisation de la marque et de son univers dépend de votre niveau d'implication et de vos besoins.  
Pour toute utilisation, contactez-nous et étudions ensemble la meilleure solution.

#### NIVEAU N°1

Simple et rapide

*Pour qui?*

Tous les acteurs du territoire  
qui souhaitent revendiquer  
leur attachement.

PLUS D'INFORMATIONS PAGE 69

#### NIVEAU N°2

Adhésion aux valeurs  
et engagement

*Pour qui?*

Les partenaires engagés qui souhaitent  
adhérer aux valeurs et engagements  
et les revendiquer.

PLUS D'INFORMATIONS PAGE 70

#### NIVEAU N°3

Association forte  
et stratégique à la marque

*Pour qui?*

Les partenaires stratégiques  
du territoire, qui font partie intégrante  
de l'identité locale et en sont  
les porte-parole.

PLUS D'INFORMATIONS PAGE 72

## NIVEAU N°1

Simple et rapide

### Pour qui?

Tous les acteurs du territoire qui souhaitent revendiquer leur attachement.

### Comment?

Utilisation du logo de la marque



## NIVEAU N°2

Adhésion aux valeurs et engagement

### Pour qui?

Les partenaires engagés qui souhaitent adhérer aux valeurs et engagements et les revendiquer.

### Comment?

Utilisation d'un bandeau « engagement » et d'un slogan associé.



**NIVEAU N°2**

Plusieurs choix selon les engagements revendiqués :

**ENGAGÉS POUR LE LOCAL**

Engagés pour les savoir-faire vosgiens et l'économie locale  
Faisons vivre les savoir-faire vosgiens et l'économie locale

**ENGAGÉS POUR LE BIEN VIVRE**

Engagés pour le bien-vivre et l'épanouissement de chacun  
Œuvrons pour un mode de vie enrichissant et équilibré

**PATRIMOINE NATUREL**

Engagés pour préserver et développer le patrimoine naturel  
Protégeons la beauté et les ressources de la nature vosgienne



**NIVEAU N°3**

Adhésion aux valeurs et engagement

**Pour qui?**

Les partenaires engagés qui souhaitent adhérer aux valeurs et engagements et les revendiquer.

**Comment?**

Utilisation d'un bandeau « engagement » et d'un slogan associé ainsi que des codes graphiques de la marque Je Vois la Vie en Vosges (couleurs, kraft, police de caractère script...)



¶ Chez nous, on travaille de façon durable et responsable. C'est aussi ça voir la vie en Vosges. ¶

# JE VOIS LA VIE EN **VOSGES**

## *CONTACT*

**CONSEIL DÉPARTEMENTAL DES VOSGES**  
**DIRECTION DE LA COMMUNICATION**  
8, rue de la Préfecture  
88088 Epinal Cedex 9  
[j3v@vosges.fr](mailto:j3v@vosges.fr)

**MAGALI SICX**  
Tél. : 03 29 29 86 76

**THIBAUT CHIPEAU**  
Tél. : 03 29 30 34 75