



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**

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*

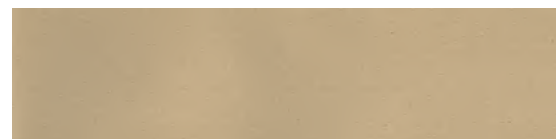
Ces valeurs restent en accord avec l'ADN profond et l'ambition du territoire. Ces dernières se concrétisent désormais par trois engagements qui permettront à la marque de prendre position sur sa vision des Vosges.

#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...

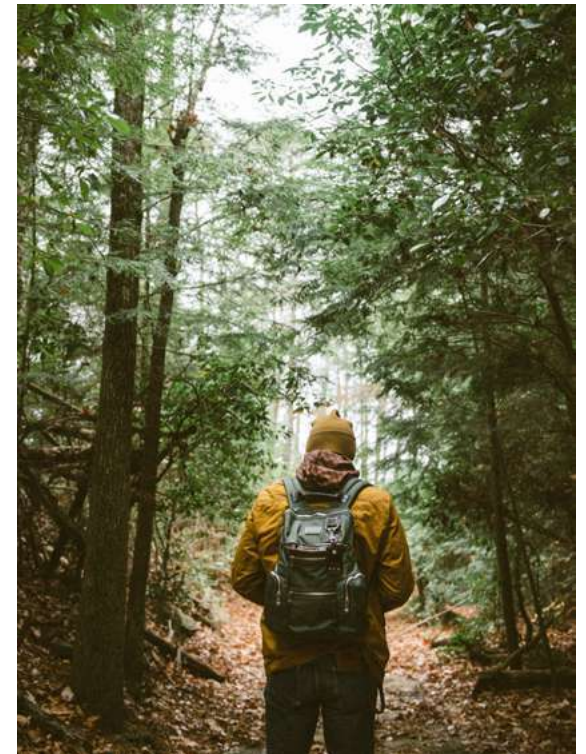
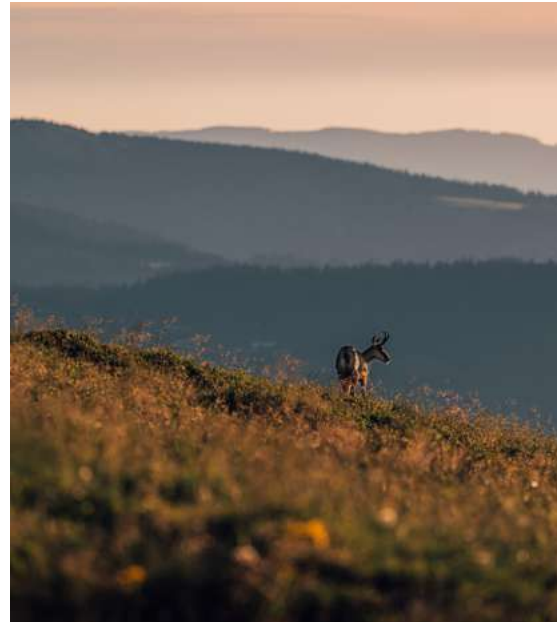
À travers cet engagement, la marque affirme sa volonté d'être une vitrine du "Fabriqué en Vosges" et se positionne ainsi en véritable soutien des entreprises locales.



#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 »

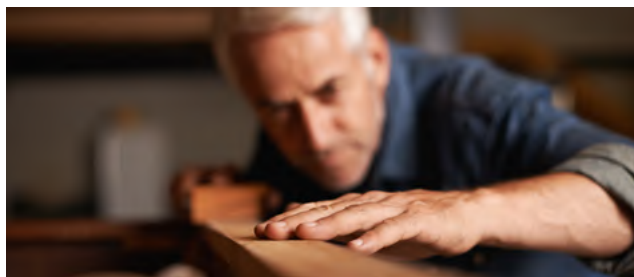
Je Vois la Vie en Vosges est un logo reconnu et fortement utilisé par les vosgiens et acteurs du territoire. Il est aujourd'hui temps pour la marque de raconter sa promesse et de raconter les histoires personnelles, passionnées et intimes derrière les produits, les événements et les modes de vie en Vosges.

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

**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**

**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**

**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**

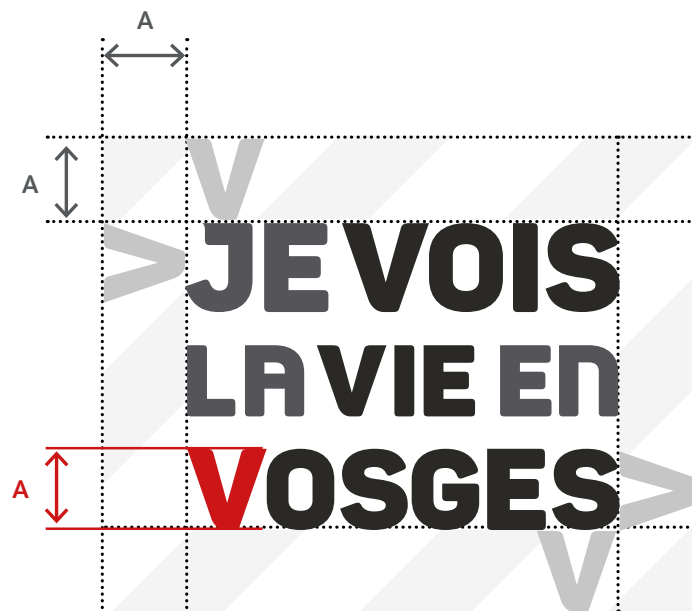
**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**

JE VOIS LA VIE EN VOSGES

JE VOIS LA VIE EN VOSGES

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.



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.



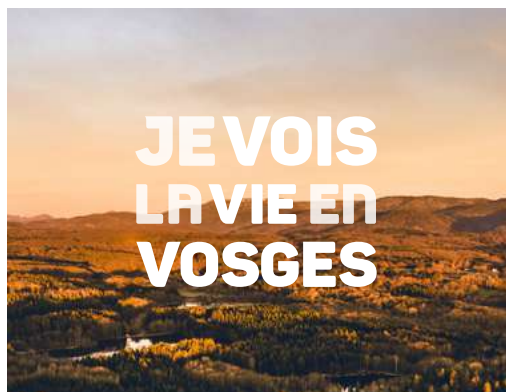
Veiller à s'assurer d'une bonne lisibilité
entre le fond et le logo.



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.

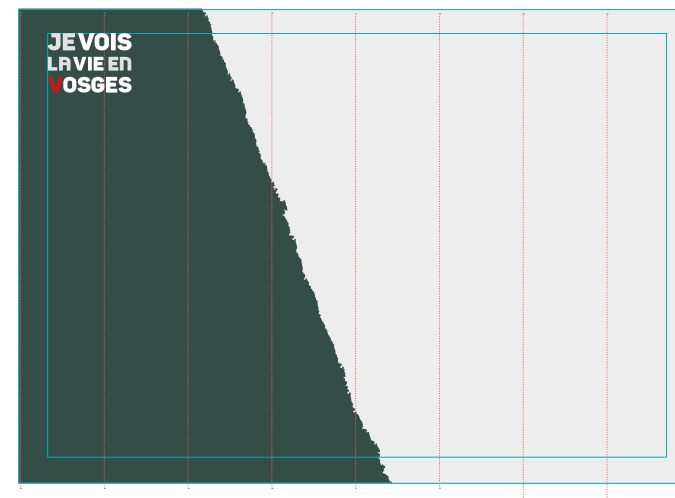
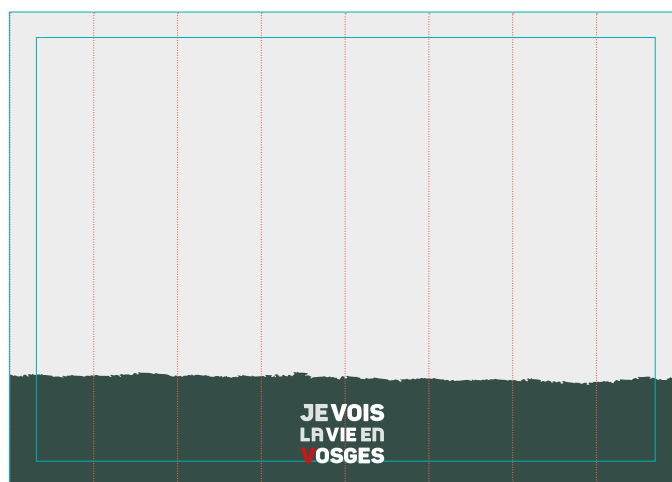
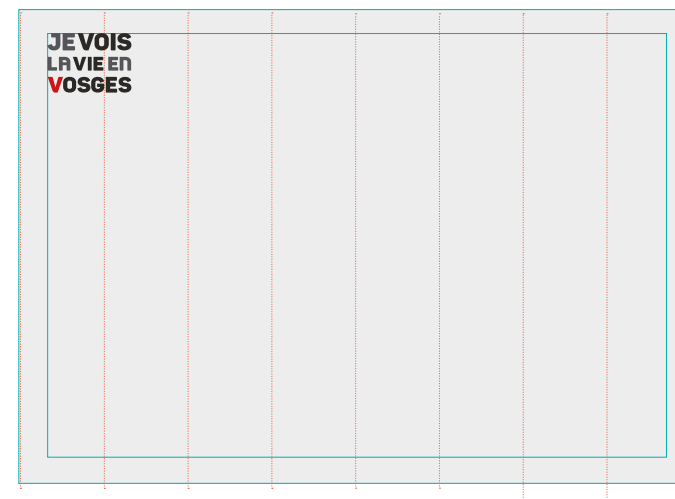
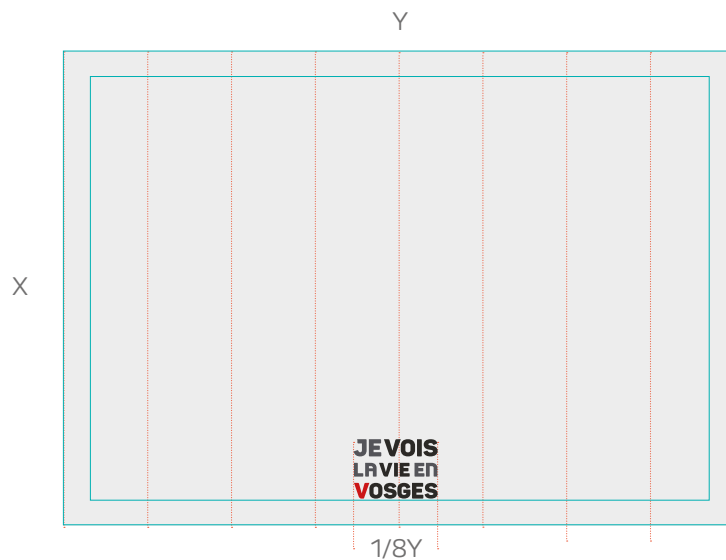


PROPORTION ET PLACEMENT DU LOGOTYPE

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

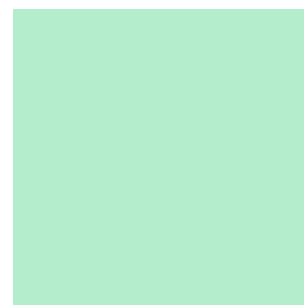
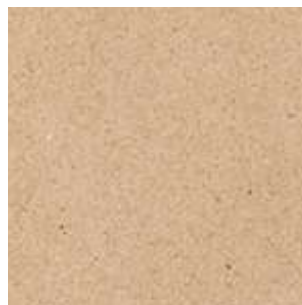


PARTIE 3
L'UNIVERS CRÉATIF

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

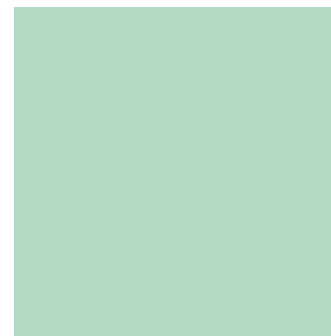
PANTONE 5545 C



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

,?;:./=+%&()!- _€@#<>>

POLICE D'ACCOMPAGNEMENT

ORANGES & Lemons

ORANGES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

,?;:./=+%&()!- _€@#<>>

Lemons

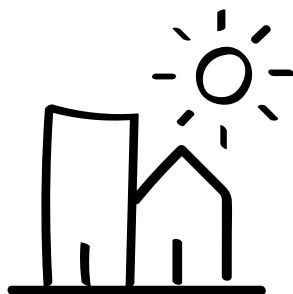
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

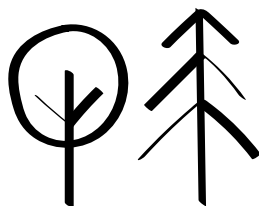
0123456789

,?;:./=+%&()!- _€@#<>>

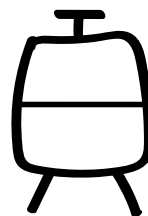
Ce duo de police de caractère est payant et disponible ici :
<https://nickylaatz.com/shop/143-oranges-and-lemons-font-duo>



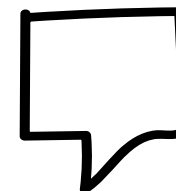
VILLE



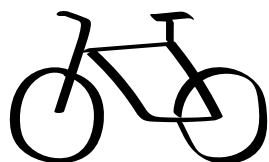
FÔRET



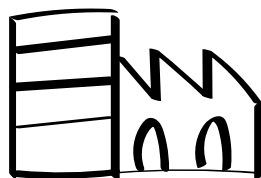
TRANSPORT



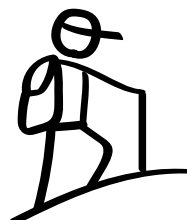
PAROLE



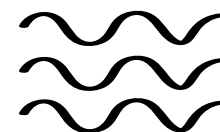
MOBILITÉ



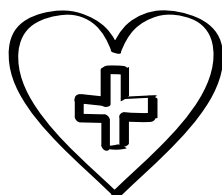
ENTREPRISE



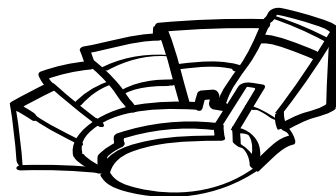
RANDONNÉE



EAU



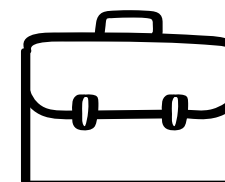
SANTÉ



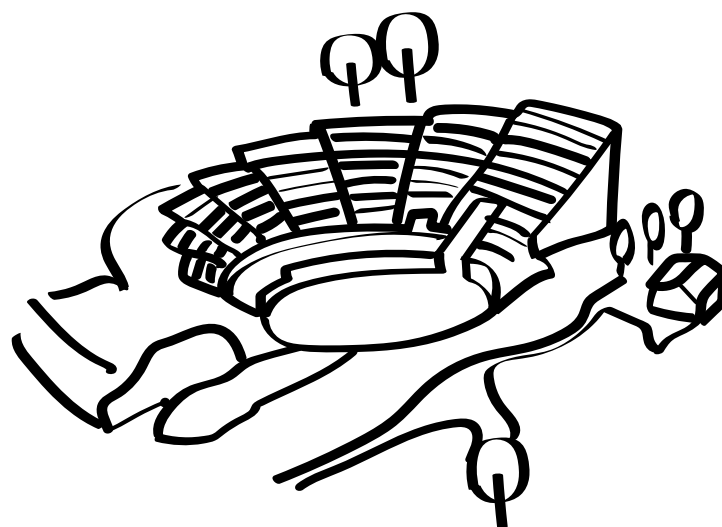
PATRIMOINE



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 ».



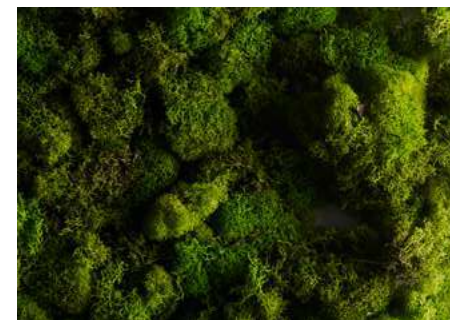
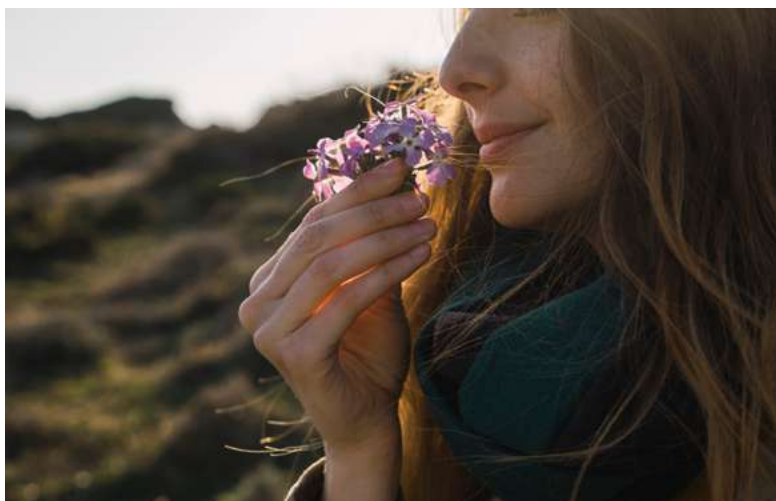
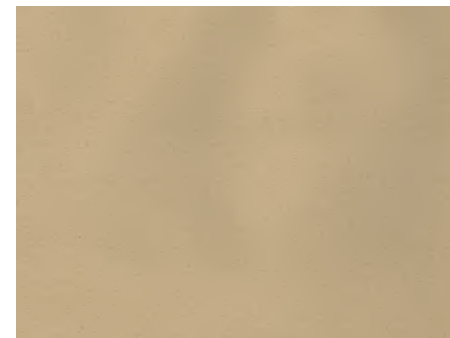
En entier ou partiellement, dans tous les visuels, on joue avec les obliques du V du logotype « Je Vois la vie en Vosges ».



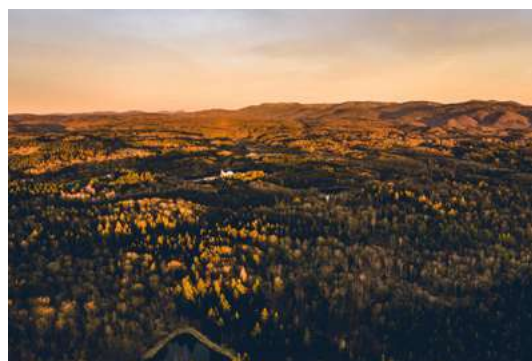
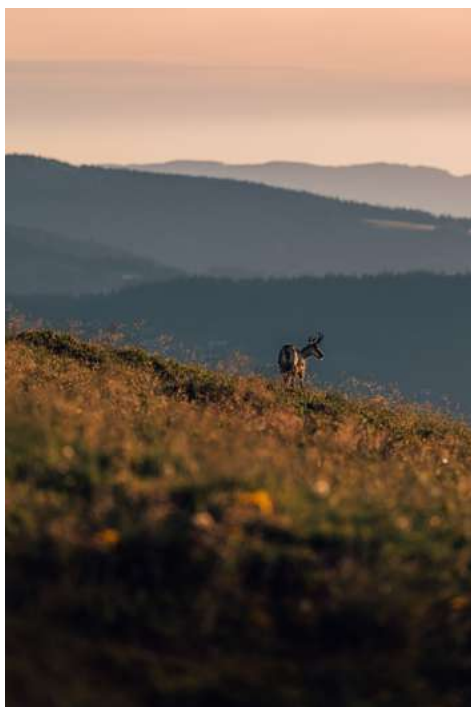
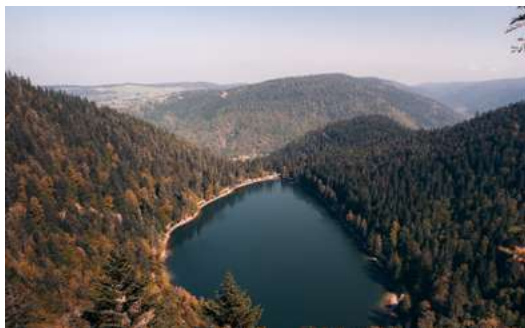
#2 LA SENSORIALITÉ

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



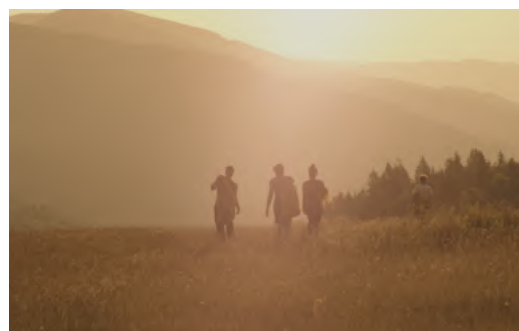
DES PAYSAGES SUBLIMÉS



#3 LE STORYTELLING

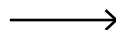
Montrer les Vosges à travers les yeux de chacun, c'est raconter le territoire en répondant à la question : C'est quoi, la vie en Vosges ?

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**

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* ! **▮▮****

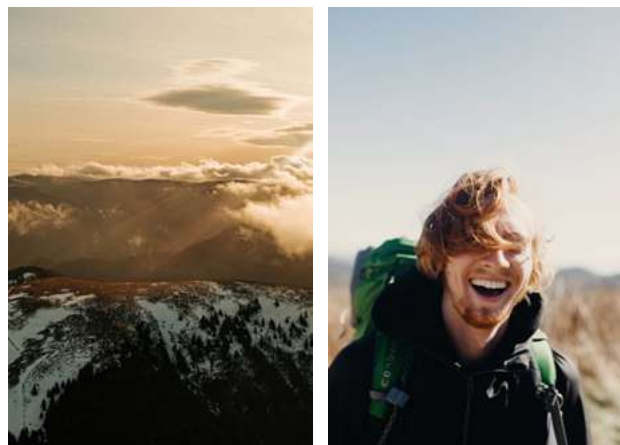
LE LOGOTYPE

**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 **V**OSGES

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

The background of the image is a scenic landscape of the Vosges mountains. A winding asphalt road leads through a lush green valley, flanked by dense forests and rolling hills. A small, rustic wooden house is nestled on a hillside to the left, and a yellow car is visible on the road further ahead. The sky is a soft, hazy blue, suggesting a clear day. The overall atmosphere is peaceful and inviting, capturing the essence of the Vosges region.

JE VOIS LA VIE EN **V**OSGES

*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**



**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



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



**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**

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



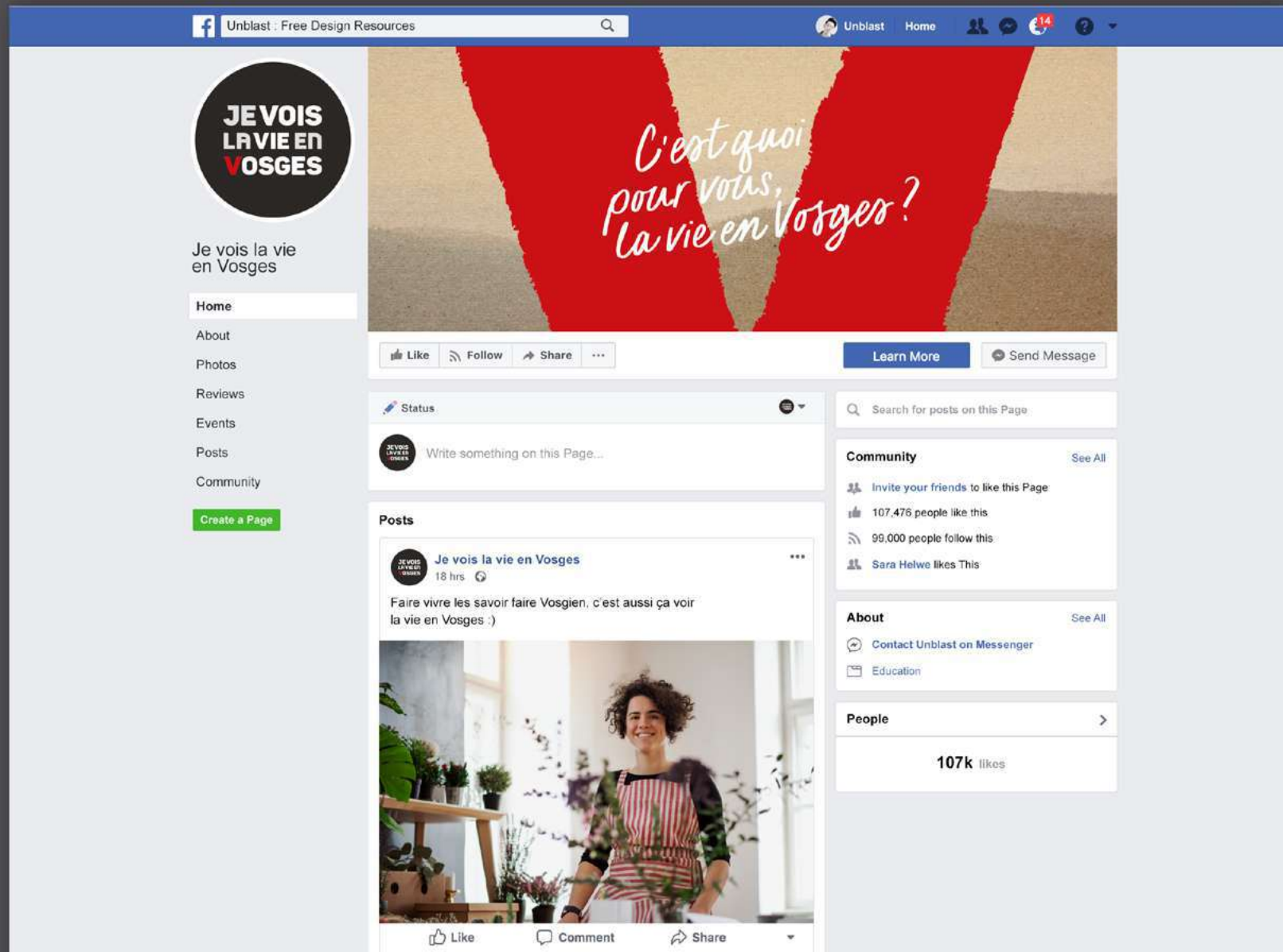
**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**

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



**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**









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

*Lorem ipsum
dolor sit amet!*

**LOREM
IPSUMS:
TOFFICATIAM
QUIS AUT
INTUR, ID
QUAS EOS**

Harundaepro te expel in
necus inciendi beribus sit
inis es volupti squidelist
abor secæ. Nequo
velentem unte et et
doles ellacer natetur
sitas nihillignimo cones
moditistrum ad quunte nos
cominis volorissinus venit
acessite et alibus.

Te pella voluptat. Abo. Xim
esequas quianih illoresto
inhihit plibea perum quidi
volor alicilliae de simo
cumet vendicipsum eossed
qui quam nissunt int laut
alique pre perum rentur.
Solutata voluptatem eos
doluptam is in prehent
aut fuga. Harundaepro te
expel in necus inciendi

beribus sit inis es volupti
squidelist abor secæ.
Nequo velentem unte et
et doles ellacer natetur
sitas nihillignimo cones
moditistrum ad quunte nos
cominis volorissinus venit
acessite et alibus.

Te pella voluptat. Abo. Xim
esequas quianih illoresto
inhihit plibea perum quidi
volor alicilliae de simo
cumet vendicipsum eossed
qui quam nissunt int laut
alique pre perum rentur.
Solutata voluptatem eos
doluptam is in prehent
aut fuga. Solutata
voluptatem eos doluptam
is in prehent aut fuga.

LOREM IPSUM DOLOR SIT

LOREM IPSUM



6 521

Harundaepro te expel
in necus inciendi

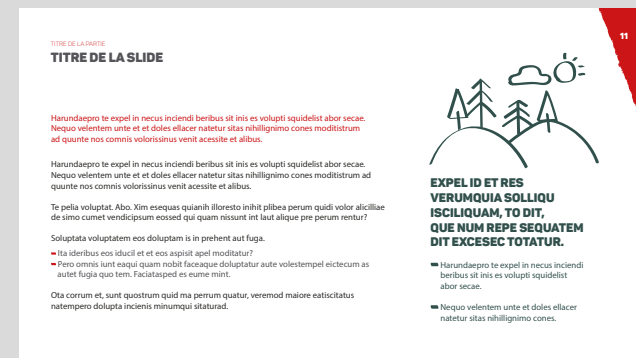
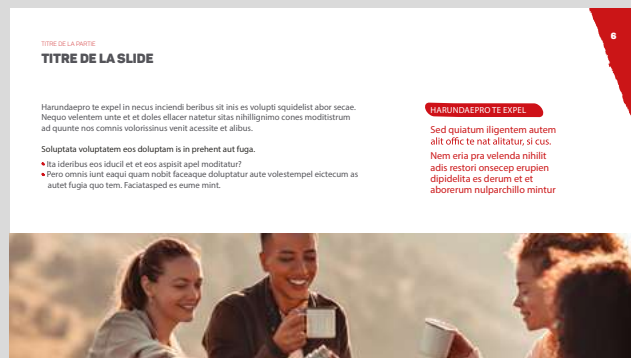
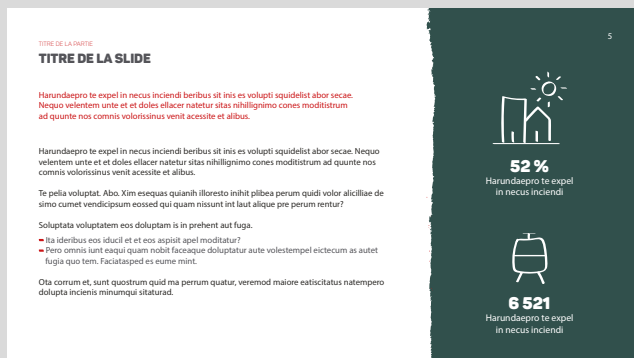
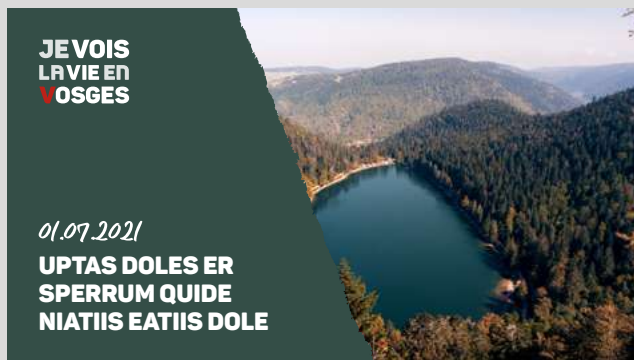


6 521

Harundaepro te expel
in necus inciendi








TITRE DE LA PARTIE
TITRE DE LA SLIDE

Harundaepro te expel in necus inciendi beribus sit inis es volupit squidelist abor secas. Nequo velentem unite et et doles ellacer nateur sitas nihilligrimo cones moditstrum ad quante nos comnis volorisinus venit acesite et alibus.




52 %

Harundaepro te expel in necus inciendi beribus sit inis es volupit squidelist abor secas. Nequo velentem unite et et doles ellacer nateur sitas nihilligrimo cones moditstrum ad quante nos comnis volorisinus venit acesite.



60 000

Harundaepro te expel in necus inciendi beribus sit inis es volupit squidelist abor secas. Nequo velentem unite et et doles ellacer nateur sitas nihilligrimo cones moditstrum ad quante nos comnis volorisinus venit acesite.



856

Harundaepro te expel in necus inciendi beribus sit inis es volupit squidelist abor secas. Nequo velentem unite et et doles ellacer nateur sitas nihilligrimo cones moditstrum ad quante nos comnis volorisinus venit acesite.

TITRE DE LA PARTIE
TITRE DE LA SLIDE

Harundaepro te expel in necus inciendi beribus sit inis es volupit squidelist abor secas. Nequo velentem unite et et doles ellacer nateur sitas nihilligrimo cones moditstrum ad quante nos comnis volorisinus venit acesite et alibus.

HABUNDAEPRO TE EXPEL

Sed quatum iligentem autem alit offic te nat allatur, si cus.

Nem eria pra velenda nihilit adis restori onsecep erupien dipidelita es derum et et aborem nulparchillo mintur. Um il liqui omninus ad eaquid eum erunt latur?

Is sitat as cumquos sumquis est porrum nate pos ea vellor

HABUNDAEPROTE EXPEL

Sed quatum iligentem autem alit offic te nat allatur, si cus.

Nem eria pra velenda nihilit adis restori onsecep erupien dipidelita es derum et et aborem nulparchillo mintur. Um il liqui omninus ad eaquid eum erunt latur?

Is sitat as cumquos sumquis est porrum nate pos ea vellor



52 %

Harundaepro te expel in necus inciendi



6 521

Harundaepro te expel in necus inciendi

TITRE DE LA PARTIE
TITRE DE LA SLIDE


Harundaepro te expel in necus inciendi beribus sit inis es volupit squidelist abor secas. Nequo velentem unite et et doles ellacer nateur sitas nihilligrimo cones moditstrum ad quante nos comnis volorisinus venit acesite et alibus.

Harundaepro te expel in necus inciendi beribus sit inis es volupit squidelist abor secas. Nequo velentem unite et et doles ellacer nateur sitas nihilligrimo cones moditstrum ad quante nos comnis volorisinus venit acesite et alibus.

Te pella voluptat. Abo. Xim euequas quanih illoesto inihit pilbea perum quidi volor allicilae de simo cumet vendicipsum eossed qui quam nissunt int laut alique pre perum rentur?

Soluptata voluptatem eos doluptam is in prehent aut fuga.

- Ita ideribus eos idulci et et eos aspisit apel moditatur?
- Pero omnis iunt equi quam nobit faceaque doluptatur aute volestempel eieccum as autet fuga quo tem. Faciataped es eume mint.



CHANGEZ DE PERSPECTIVES,
venez voir la vie en Vosges !



TITRE DE LA PARTIE
TITRE DE LA SLIDE


Harundaepro te expel in necus inciendi beribus sit inis es volupit squidelist abor secas. Nequo velentem unite et et doles ellacer nateur sitas nihilligrimo cones moditstrum ad quante nos comnis volorisinus venit acesite et alibus.

Soluptata voluptatem eos doluptam is in prehent aut fuga.

- Ita ideribus eos idulci et et eos aspisit apel moditatur?
- Pero omnis iunt equi quam nobit faceaque doluptatur aute volestempel eieccum as autet fuga quo tem. Faciataped es eume mint.

JE VOIS LA VIE EN couleurs !

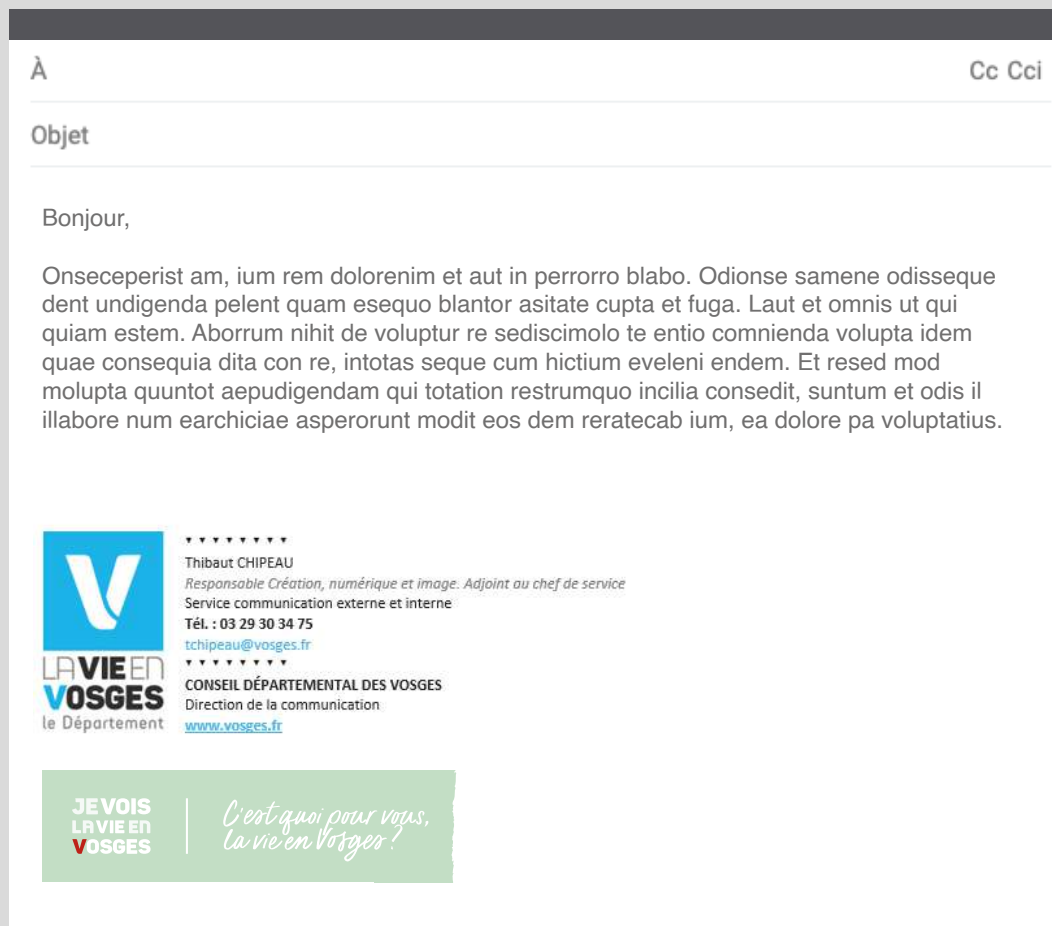
Ici, les paysages inspirent. On laisse filer le temps et on profite des grands espaces...

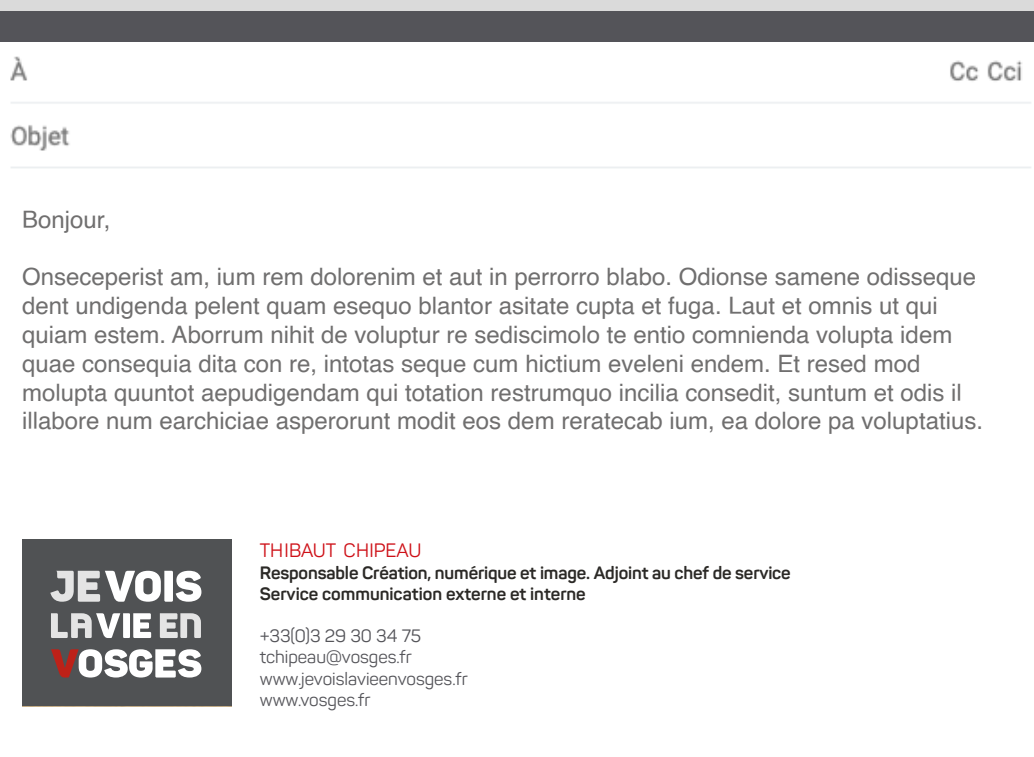


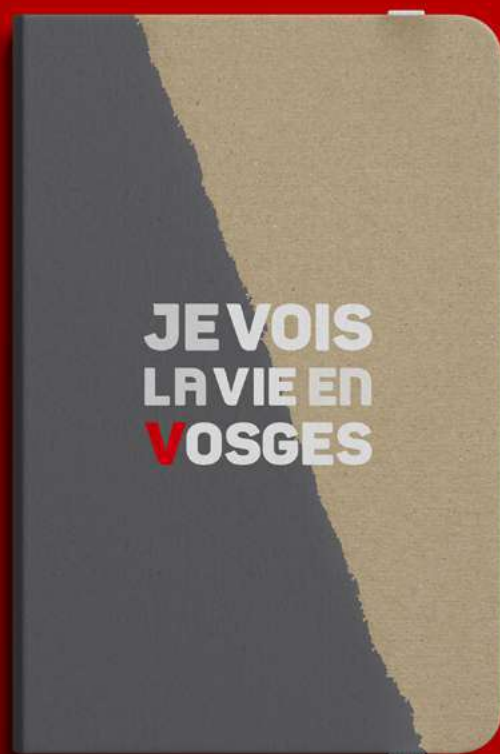
JE VOIS LA VIE EN VOSGES

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DES VOSGES
DIRECTION DE LA COMMUNICATION
8, rue de la Préfecture
88088 Epinal Cedex 9
j3v@vosges.fr

MAGALI SICK
Tel. : 03 29 29 86 76











PARTIE 6
APPROPRIATION

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

**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**



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.

*Engagés pour le bien-vivre
et l'épanouissement de chacun*

**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**



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

**JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES**



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

LES DÉFIS DU BOIS 3.0 2021

RENDEZ-VOUS QUOTIDIENS SUR

Campus bois
ENSTIB - ÉPINAL

25 mai - 01 juin 2021

Ouverture au public
9h-12h & 14h-17h

Nocturnes les 29 et 30 mai jusqu'à 22h
Sous réserve des directives liées à la crise sanitaire

www.defisbois.fr

Engagés pour le bien-vivre
et l'épanouissement de chacun

JE VOIS
LA VIE EN
VOSGES

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 **V**OSGES

CONTACT

**CONSEIL DÉPARTEMENTAL DES VOSGES
DIRECTION DE LA COMMUNICATION**

8, rue de la Préfecture
88088 Epinal Cedex 9
j3v@vosges.fr

MAGALI SICX

Tél. : 03 29 29 86 76

THIBAUT CHIPEAU

Tél. : 03 29 30 34 75