



NOUVELLE IMAGE

La Fédération des Tonneliers de France adopte une nouvelle identité visuelle

La Fédération des Tonneliers de France a souhaité faire évoluer son identité visuelle afin que celle-ci soit davantage en phase avec les valeurs qui sont les siennes, et réponde à trois priorités : servir ses adhérents, représenter la profession auprès des institutions et des clients, et enfin communiquer vers la presse spécialisée et le grand public.

Dans le but de se créer une nouvelle image, la Commission Communication de la Fédération des Tonneliers de France a travaillé avec l'agence narbonnaise Defacto à l'élaboration d'un nouveau logotype et d'une nouvelle signature.

Le nouveau logotype adopté représente symboliquement un tonneau déstructuré et fractionné en douelles de différentes tailles, formes et couleurs, évoquant la diversité des adhérents à la Fédération. Cette composition suggère également qu'une fois assemblée, elle devient un ensemble cohérent et fort, regroupé autour de leur savoir-faire français,

ce que souligne la nouvelle signature : **“La force d'un savoir-faire”**.

Le choix de couleurs chaudes pour accompagner ces formes évoque l'univers du bois et du vin. Avec cette nouvelle identité visuelle, la Fédération des Tonneliers de France se tourne aujourd'hui vers le futur, riche de son expérience plus que séculaire et forte d'une activité dynamique, reconnue par tous les pays viticoles produisant des vins de qualité.

