



Charte graphique de Nature & Progrès

Mai 2020

 NATURE &
PROGRES

Adhérents et ambassadeurs

C'est par leur action, la qualité de leurs produits et de leur accueil, par leur philosophie de vie et par leur engagement que les adhérents feront connaître les valeurs de Nature & Progrès.

La communication Nature & Progrès c'est d'abord le rapport direct, le dialogue et l'échange.



Les outils de communication sont là pour appuyer un discours et nous aider à être plus visible.



© Nature & Progrès Tarn - Pierre Assemat



© Nature & Progrès Bretagne

Sommaire



- Pourquoi une charte graphique ?
 - Nature & Progrès c'est
 - Le ton
 - Le logo
 - Utilisation monochrome du logo
 - Déclinaisons du logo
 - Les couleurs
 - La typographie
 - Le slogan
 - Univers graphique - les pictogrammes
 - Univers graphique - les photos
 - Les bonnes pratiques de communication
 - Où trouver les éléments de communication ?

Pourquoi une charte graphique ?

■ Etre reconnu au 1^{er} coup d'oeil !

Harmonisons l'image de Nature & Progrès

Améliorons notre visibilité

Donnons confiance



© Nature & Progrès Ardèche

■ Pour qui ?

Pour les adhérents utilisateurs de la
marque Nature & Progrès

Pour les groupes et la vie associative

Pour nos partenaires et prestataires

En cas de doute, de demandes
ou de conseils, contactez :

La fédération :
04 66 91 00 20

communication@natureetprogres.org



Nature & Progrès c'est



Un projet de
société

Des
associations

Une mention

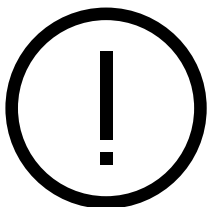
Et pour l'expliquer en quelques mots

Nature & Progrès définit, depuis sa création en 1964, une vision alternative de l'agriculture et de l'alimentation plus respectueuse du vivant.

Nature & Progrès est une fédération de groupes locaux rassemblant des adhérents professionnels et des consommateurs autour :

- de la gestion de la mention,
- de valeurs communes qu'ils défendent.

Nature & Progrès est une mention (marque associative), encadrée par des cahiers des charges et une charte, qui garantit des produits alimentaires et cosmétiques respectueux de la nature et des Hommes.



On ne communiquera pas de la même façon si on parle de la mention, de l'association ou du projet de société.



Nature & Progrès, c'est aussi une revue !



Nature & Progrès est ...

Global, éthique, respectueux du vivant, porteur de sens

Avec des axes de communication en fonction ...

Un projet de société

- Une vision globale de l'agriculture et de l'alimentation respectueuse de l'humain et du vivant.
- Créée en 1964, c'est une des associations fondatrices de l'agriculture biologique en France.
- Une alternative à la société de consommation d'aujourd'hui.

Des associations

Qui impliquent les consommateurs, créent un réseau riche d'échanges et permettent aux paysans d'améliorer leurs pratiques.

Une mention

- avec des cahiers des charges exigeants.
- de référence avec des produits de qualité.
- globale respectueuse de la nature et de l'Homme.

Le logo

Le logo de Nature & Progrès évoque l'équilibre, les cycles naturels, l'harmonie avec la nature. Il peut être utilisé soit dans sa version verticale, soit en horizontal.



Taille minimum



Taille minimum



Une mention

Le logo Nature & Progrès identifie :

- des produits alimentaires ou non alimentaires conformes aux cahiers des charges et à la charte Nature & Progrès.
- des services respectant un cahier des charges ou la charte de Nature & Progrès.

Des associations

Le logo identifie la fédération et les associations Nature & Progrès. Il a aussi vocation à faire la promotion de son projet associatif.

Utilisation monochrome du logo

Le logo de Nature & Progrès s'utilise également de façon monochrome soit en vert, soit en noir, soit en blanc.

Bleu -
Vert



Noir



Blanc
sur fond
coloré



Pour tout autre usage monochrome, la couleur devra être en harmonie avec ce qu'évoque Nature & Progrès c'est à dire l'équilibre entre les cycles naturels, la nature, l'écologie.



Couleurs autorisées

Couleurs peu
recommandées



Pour toute utilisation d'autre couleur monochrome du logo, contactez :

La communication :
04 66 91 00 20
communication@natureetprogres.org



ou le service de gestion de la mention :
mention@natureetprogres.org
04 66 91 21 98

Déclinaisons du logo

Une mention

Logo cosmétique



Pour les produits cosmétiques, le logo avec le slogan «Cosmétique et Bio-écologique» peut être utilisé.

Logo des groupes

Pour plus d'homogénéité, il est conseillé que les groupes Nature & Progrès construisent leur logo comme ci-dessous :

Des associations



Nom de groupe en rouge
R 190 – V 43 – B 49
C : 0,0. M : 91,0. y : 72,0. K
: 23,5
Typographie : Helvetica
Italic

Vous souhaitez un logo pour votre groupe, contactez :

La Fédération :
04 66 91 00 20
communication@natureet-progres.org



Les couleurs

Des associations

Pour les outils de communication de la fédération et des groupes locaux, il est conseillé de travailler avec les couleurs ci-dessous.

Bleu - vert :
RVB 0 86 83
CMJN 89 39 57 40
#005653
Pantone n° P 126-8 C

Couleurs secondaires

Rouge :
RVB 190 43 49
CMJN 0 91 72 23
#bd2a30
Pantone n° 187

Couleurs principales

Doré :
RVB 211 176 29
CMJN 18 26 94 5
#d3b01d
Pantone 7752 XGC

Vert :
RVB 106 156 82
CMJN 56 0 75 25
#6a9c52
Pantone 362 UP

La typographie

Pour les documents de la fédération et des groupes locaux (outils de communication, courriers...), il est conseillé d'utiliser les polices ci-dessous ou des polices qui s'en rapprochent.

Pour les titres :

Police principale

Champagne & Limousine
Champagne & Limousine Bold

OU

Police de substitution

Century Gothic
Century Gothic Bold

Pour le corps de textes :

Police principale :

Candara
Candara Italic
Candara Bold

Police pour le web :

Georgia
Georgia Italic
Georgia Bold

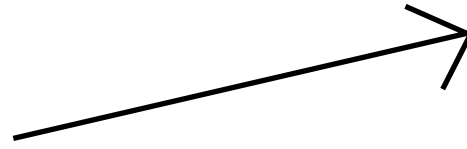
Police de substitution :

Arial
Arial Italic
Arial Blod

Les polices peuvent être facilement téléchargées sur Dafont et installées sur votre ordinateur :
www.dafont.com



L'esperluette



L'esperluette est le signe qui signifie « et » dans Nature & Progrès. A l'écrit, il est conseillé d'utiliser le caractère « & » plutôt que le « et ».

Nature & Progrès est ...

~~Nature et Progrès est ...~~

N&P, des associations



Certains groupes ont dû refaire leur statut associatif car le & de Nature & Progrès était parfois écrit «et». Il est important d'être homogène dans l'utilisation de l'un ou l'autre.

Le slogan

« Pour notre santé et celle de la Terre »

N&P, des
associations

! Slogan associatif
Ne pas utiliser pour
les produits sous
mention

Un slogan permanent :

« Pour notre Santé et celle
de la Terre » peut être ajouté
en dessous du logo ou sur les
éléments de communication
des associations N&P.

Police du slogan : Candara



Autres idées de slogans :

- Nature & Progrès, une association de producteurs et de citoyens engagés dans un autre projet de société
- Nature & Progrès, l'humain au coeur du vivant
- Nature & Progrès, le progrès avec la nature
- Nature & Progrès, la véritable alternative

Suggérés par des adhérents...

Univers graphique - les pictogrammes

Des associations

Pour les outils de communication de la fédération et des groupes locaux, il est conseillé d'utiliser l'univers graphique ci-dessous.

Le coquelicot



Le coquelicot est et a toujours été le symbole de Nature & Progrès. Le coquelicot est une fleur des champs que l'on voit de moins en moins dans nos campagnes françaises du fait de l'utilisation massive des herbicides. Il est un symbole de naturalité.

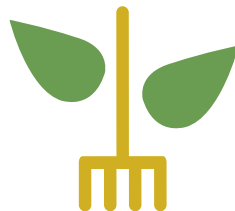
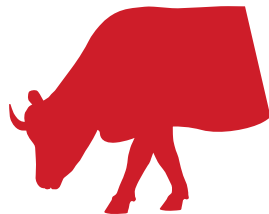
Dans l'univers graphique de N&P, il est souvent associé au papillon.
Le papillon est utilisé comme symbole de la biodiversité.



Le papillon

Les autres symboles

Le message associé de ces images mélangeant nature et agriculture est celui de nourrir les hommes tout en préservant la biodiversité.



Univers graphique - les photos

Nature & Progrès souhaite donner une image dynamique et vivante. Les images de nos adhérents, de leur travail, de leur lien avec la nature et de notre vie associative doivent être le support de base de notre communication.

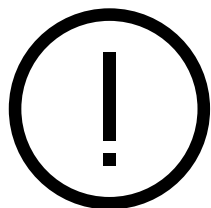


Les photos utilisées pour illustrer Nature & Progrès montrent :

- des agriculteurs, des artisans
- des images de nature, d'agriculture, d'animaux d'élevage
- les liens entre producteurs et consommateurs : enquêtes, marchés, stands associatifs...



Les photos doivent être de qualité professionnelle.



Crédit photo : toute photo doit être créditée du nom de son auteur. Celui-ci doit accorder son autorisation par écrit pour l'utilisation de ses photos. Les photos ne sont pas libres d'utilisation.

Droit à l'image : si une personne apparaît sur une photographie, il convient d'avoir son autorisation avant d'utiliser l'image.

Banque d'images
Vous souhaitez obtenir des photos ou partager vos photos Nature & Progrès, contactez :

La fédération :
04 66 91 00 20
communication@natureetprogres.org



Les bonnes pratiques de communication

Communication papier

Conception des outils de communication

- Evitez les aplats de couleurs (fonds colorés), privilégiez le blanc
- Evitez les finitions (vernis, pelliculage...)

Impression

- Privilégiez un imprimeur local
- Demandez à votre imprimeur d'utiliser du papier recyclé, des encres végétales et sans métaux lourds

Distribution

Accompagnez la distribution des flyers d'une explication

Communication numérique

Matériel

- Prenez soin de votre matériel informatique (anti-virus, nettoyage...), réparez et recyclez !
- Achetez du matériel reconditionné
- Eteignez régulièrement vos appareils

Mail

- Limiter vos envois de mails
- Faites régulièrement le ménage dans votre boîte mail pour éviter le stockage de données
- Limiter les envois de pièces-jointes, préférez les envois par des plateformes de stockage provisoire en ligne
- Limiter le nombre de destinataires des mails

Moteur de recherche

Il existe des moteurs de recherche alternatifs comme Ecosia ou Lilo.

Pour une utilisation raisonnée et consciente de la communication !



D'après l'ADEME, les émissions de gaz à effet de serre générées par le numérique sont dues :

- à 25% par les data center
- à 28% par les infrastructures réseau
- à 47% par les équipements des consommateurs (ordinateurs, smartphones et autres...).

[Pour aller plus loin](#)

Quelques chiffres :

- 8 à 10 milliards de courriels sont échangés (hors spam) par heure dans le monde
- 1 courriel qui pèse 1 Mo équivaut approximativement à 15g de CO₂