



■ PUBLICITÉ ET PROMOTION

Les tonneliers de France se dotent d'une nouvelle identité visuelle

La Fédération des Tonneliers de France a confié à l'agence narbonnaise Defacto l'élaboration de son nouveau logotype et d'une nouvelle signature. L'objectif pour la fédération était que les quelque 50 membres adhérents, qui représentent un chiffre d'affaires de 331,7 M€ (exercice 2014*), soient représentés dans leur diversité tout en se reconnaissant dans un ensemble "cohérent et fort". La nouvelle identité doit également permettre de mieux communiquer vers ses publics cibles. Le nouveau logo représente un tonneau déstructuré et fractionné en douelles, pour évoquer la diversité des adhérents. Une composition qui suggère qu'assemblée elle devient un ensemble cohérent et fort, notamment d'un savoir faire français évoqué par la signature : "La force d'un savoir-faire". (PO)

*L'an dernier 532 990 unités ont été produites ; 67% de la production a été exporté principalement à destination des Etats-Unis, de l'Australie, de l'Italie et de l'Espagne.