CHARTE GRAPHIQUE · VERSION DE TRAVAIL

CHÂTEAU SAINTE MARGUERITE

CRU CLASSÉ CÔTES DE PROVENCE

IDENTITÉ VISUELLE ET ÉDITORIALE

Couleurs, typographies, logo, univers photo et ton : les repères à respecter pour toute création, imprimée ou numérique.

> Charte **reconstituée** à partir du site public chateausaintemarguerite.com (feuilles de style, logo et textes), consulté le 21/10/2026, pour un exercice de formation. Les couleurs, polices, logo et textes viennent du site ; les règles d'usage (zone de protection, nombre de couleurs…) sont des recommandations courantes ajoutées pour l'exercice. Elle ne remplace pas la charte officielle de la maison, qui prime en cas de différence. Les valeurs CMJN et Pantone d'impression sont à demander au service communication.

1 · LA MARQUE

Nom	Château Sainte Marguerite — toujours en entier, jamais « CSM » dans une communication externe.
Signature	Cru Classé Côtes de Provence (titre détenu depuis 1955 ; 18 domaines seulement le portent).
Origine	La Londe-les-Maures (Var), parcelles entre La Londe et Pierrefeu, AOC Côtes de Provence.
Histoire	Une histoire de famille : Brigitte et Jean-Pierre Fayard, puis Olivier et Enzo Fayard, depuis 1977.
Valeurs	Exigence, finesse, fraîcheur ; l'équilibre entre tradition et modernité ; la maîtrise « de la vigne au verre ».

2 · LE LOGO

CHÂTEAU
SAINTE MARGUERITE
CRU CLASSÉ CÔTES DE PROVENCE

- Logotype typographique en trois lignes : CHÂTEAU / SAINTE MARGUERITE / CRU CLASSÉ CÔTES DE PROVENCE.
- Version de référence en **brun-gris (#3C3834)** sur fond clair ; version blanche sur photo sombre.
- Zone de protection : au moins la hauteur du mot « CHÂTEAU » tout autour.
- Ne pas déformer, recolorer, ombrer, ni le placer sur un fond chargé.
- En publicité presse : en bas de page, aligné avec le message sanitaire.

3 · LES COULEURS

Corail · #E38C75
Couleur principale : accents, filets, boutons.

Brun-gris · #3C3834
Secondaire : logo, titres.

Encre · #161616
Textes courants.

Sable · #F2E4CE
Fonds chauds, encadrés.

Vieux rose · #C17585
Accent rosés.

Terracotta · #AA4B40
Accent rouges, citations.

Greige · #D7D2CB
Fonds neutres, séparations.

Pierre · #E8E6E2
Fonds clairs.

Ardoise · #3D4953
Contrepoint froid, rare.

Dominante : beaucoup de blanc et de sable, le corail en touche. Jamais plus de deux couleurs d'accent sur une même création.

4 · LES TYPOGRAPHIES

Usage	Police	Exemple
Titres, accroches, logo	**PF Din Text Comp Pro**, medium, en capitales, légèrement espacée. Substitut : une DIN condensée (Bahnschrift).	NÉ SUR LES GALETS
Textes courants	**Minion Pro**, regular. Substitut : un serif classique (Cambria, Garamond).	Une robe pâle, un nez de pêche blanche.
Citations, signatures	**PF Din Text Comp Pro** light italique, ou Minion Pro italique.	*« Un chemin d'exigence, sans compromis. »*

5 · L'UNIVERS PHOTO

- **Lumière** : naturelle, dorée, de fin de journée ; ombres douces.
- **Lieux** : les vignes et leurs parcelles, la Méditerranée toute proche, la terrasse du domaine, le chai.
- **Produits** : « packshots » nets sur fond clair, « beautyshots » de la bouteille dans son paysage.
- **Accords** : cuisine méditerranéenne, produits du domaine (huile d'olive).
- **Motif** : la marguerite, en motif décoratif discret (vertical ou horizontal).
- **Composition** : épurée, beaucoup d'air, un seul sujet fort.

> En publicité pour un vin, l'univers photo du site ne s'applique pas tel quel : les scènes de terrasse et de dégustation avec des personnes relèvent de l'hôtellerie et de l'œnotourisme. Pour une annonce, se reporter à la réglementation (loi Évin) et aux règles de la profession (ARPP).

6 · LE TON ÉDITORIAL

Registre	Chaleureux, élégant, sensoriel ; un luxe discret, jamais ostentatoire.
Phrases de référence	« Une histoire de famille tissée de passion et de rêve » · « L'expression authentique et constante du terroir » · « Un chemin d'exigence, sans compromis » · « De la vigne au verre ».
Vocabulaire	Terroir, Cru Classé, La Londe, fraîcheur, finesse, minéralité, lumière, Méditerranée.
À éviter	Superlatifs creux, anglicismes, ton familier, emojis dans les supports imprimés.

7 · UNE ANNONCE PRESSE EN RÉSUMÉ

- **Oui** : une photo, une accroche courte en DIN capitales, un texte bref en serif, le logo, le message sanitaire lisible.
- **Non** : plus de deux polices, plus de deux couleurs d'accent, un logo sur fond chargé.