

LA CHAÎNE DES RÔTISSEURS

-

VISUAL IDENTITY

December 2021

1 / STAKE

Use the existing logos and symbols to give them an international brand dimension through the creation of an impactful identity system.

1 / ENJEUX

Offrir aux logos et autres signes distinctifs de la Chaîne des Rôtisseurs une envergure internationale de plateforme de marque grâce à un système identitaire reconnaissable et impactant.

2 / THE APPROACH

The brand perimeter and its ecosystem are made up of 4 pillars from which the visual identity must be inspired in order to embody them.

VALUES :

Benevolence, Commitment, Excellence
Universality, respect, humanity, brotherhood, fellowship, passion, sharing..

PHILOSOPHY : *Camaraderie, gastronomy, promotion of excellence, pleasures of the table, development of young chefs and sommeliers development of training in food industries, universality, humanity...*

RECOGNITION SIGNS :

Vocabulary, logos, ribbons, badges, plates...

DOERS (OF THE BRAND) :

Amateurs, professionals, young chefs & sommeliers... Charity, training, worldwide & local...

2 / LA DÉMARCHE

Nous avons défini le périmètre de la marque et son écosystème. L'identité visuelle doit être l'incarnation de ces quatre piliers propres à la Chaîne.

VALEURS :

Bienveillance, engagement, excellence
Universalité, respect, humanité, fraternité, camaraderie, passion, partage...

PHILOSOPHIE : *Camaraderie, gastronomie, promotion de l'excellence, plaisir de la table, développement de jeunes chefs et sommeliers, développement de formations dans les industries agro-alimentaires, universalité, humanité...*

SIGNES DE RECONNAISSANCE :

Vocabulaire, logos, rubans, insignes, plaques...

ACTEURS (DE LA MARQUE) :

Amateurs, professionnels, jeunes chefs & sommeliers... Caritatif, formation, mondial & local...

3 / VALUING

The embodiment of the brand will be conveyed through a series of empowering visual universes, inspired by the following four fundamental concepts:

- know-how ·
- manners ·
- transmission ·
- make alive ·

We will successively discover how these creative directions will enable the creation of a singular identity.

The artistic direction will pay particular attention to proposing simple tools that will make sense to both professionals and amateurs.

3 / LA VALORISATION

Pour incarner la marque, des univers visuels valorisant vont être proposés. Ils sont guidés par ces quatre mots fondamentaux :

- savoir-faire ·
- savoir-vivre ·
- faire savoir ·
- faire vivre ·

Nous allons découvrir successivement comment ces directions créatives vont permettre de créer une identité singulière.

La direction artistique veillera particulièrement à proposer des outils simples qui auront du sens pour les professionnels comme pour les amateurs.

—

Photographic world

Univers photographique

—

PHOTOGRAPHIC WORLD

-

Recommendations for the amateurs

Which subjects to photograph? p.7

How to combine photographs together? p.13

When to use black and white photographs? p.16

How to optimize photographs? p.19

UNIVERS PHOTOGRAPHIQUE

-

Recommandations pour les photographes amateurs

-

Quels sujets photographier ? p.7

Comment associer les photographies entre elles ? p.13

Quand utiliser les photographies en noir et blanc ? p.16

Comment optimiser les photographies ? p.19

1.

WHICH SUBJECT TO PHOTOGRAPH?

QUELS SUJETS PHOTOGRAPHIER ?

1 / WHICH SUBJECT TO PHOTOGRAPH?

-

Highlight all the different «links» that constitute the Chaîne and its imaginary world to give it a more contemporary and emotional feel.

Tell the story of gastronomy beyond a simple dish, imagine a virtual experience about our common interest.

Terroir, nature, fauna, flora...

Craftsmen, farmers,
winemakers...

Professionals of the food industry, chefs,
oenologists...

Art of the table, interior design...

1 / QUELS SUJETS PHOTOGRAPHIER ?

-

Mettre en avant tous les différents «liens» qui constituent la Chaîne et son imaginaire pour donner à la Chaîne un côté plus contemporain et émotionnel.

Raconter l'histoire de la gastronomie au-delà du simple plat, créez une expérience virtuelle sur notre intérêt commun.

Terroir, nature, faune, flore...

Artisans, agriculteurs,
vignerons...

Professionnels des métiers de bouche, chefs,
œnologues...

Arts de la table, décoration d'intérieur...



Showing know-how and manners
with photographs of the terroir, nature,
fauna, flora...

-

They are also the links of the Chaîne

Montrer le savoir-faire et le savoir vivre avec des
photographies du terroir,
de nature, de faune, de flore...

-

Ils sont aussi des maillons de la Chaîne



1 / SUBJECTS -
SUJETS



Showing know-how and manners with photographs the terroir, crafts, raw products, local and seasonal products..

-

They are also the links of the Chaîne

Montrer le savoir-faire et le savoir vivre avec des photographies du terroir, d'artisanat, de produits bruts, locaux et de saison...

-

Ils sont aussi des maillons de la Chaîne



1 / SUBJECTS -
SUJETS



Showing know-how and manners with photographs of professionals, living and reception areas, art of the table...

-
They are also the links of the Chaîne

Montrer le savoir-faire et le savoir vivre avec des photographies de professionnels, d'espaces à vivre et de réception, d'art de la table...

-
Ils sont aussi des maillons de la Chaîne



1 / SUBJECTS -
SUJETS



Showing know-how and manners with photographs of amateurs and members, delicacies, tastings...

-

They are also the links of the Chaîne

Montrer le savoir-faire et le savoir vivre avec des photographies d'amateurs et de membres, de mets, de dégustation...

-

Ils sont aussi des maillons de la Chaîne

1 / SUBJECTS -
SUJETS

2.

HOW TO COMBINE PHOTOGRAPHS TOGETHER?

COMMENT ASSOCIER LES PHOTOGRAPHIES ?



2/ HOW TO COMBINE PHOTOGRAPHS TOGETHER?

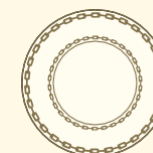
-
By juxtaposing photos and linking them with the chain symbol - the story is being written.

The brand expresses itself and addresses its audience differently.
It let people know who it is and what it offers to the world.

2/ COMMENT ASSOCIER LES PHOTOGRAPHIES ?

-
En juxtaposant des photos entre elles et en les reliant par le symbole de la chaîne, l'histoire s'écrit.

La marque s'exprime et s'adresse différemment à son public.
Elle fait savoir qui elle est et ce qu'elle offre au monde.





Making visual links
associating people, events,
places...

-
 And any other element that
 can be related by the links of
 the Chaîne

Proposer des liens visuels entre
des hommes, des évènements,
des lieux...

-
 Et toute chose qui peut être reliée
 par les maillons de la Chaîne



2 / COMBINING PHOTOGRAPHS - ASSOCIER LES PHOTOGRAPHIES

3.

WHEN TO USE BLACK & WHITE?

QUAND UTILISER LE NOIR & BLANC ?



3 / WHEN TO USE BLACK & WHITE?

-

The choice of black and white photographs is recommended for amateur portraits as it provides a harmonious whole, timeless images and emphasize the emotion while highlighting the model.

«When you photograph people in color, you photograph their clothes. But when you photograph people in black and white, you photograph their souls!» Ted Grant



3 / QUAND UTILISER LE NOIR & BLANC ?

-

Le choix du noir et blanc est recommandé pour les photos de portraits amateurs. Ce choix permettra de rendre l'ensemble harmonieux, de créer des images intemporelles et de poser l'accent sur l'émotion tout en mettant en valeur le modèle.

«Lorsque vous photographiez des gens en couleur, vous photographiez leurs vêtements. Mais lorsque vous photographiez des gens en noir et blanc, vous photographiez leurs âmes! » Ted Grant



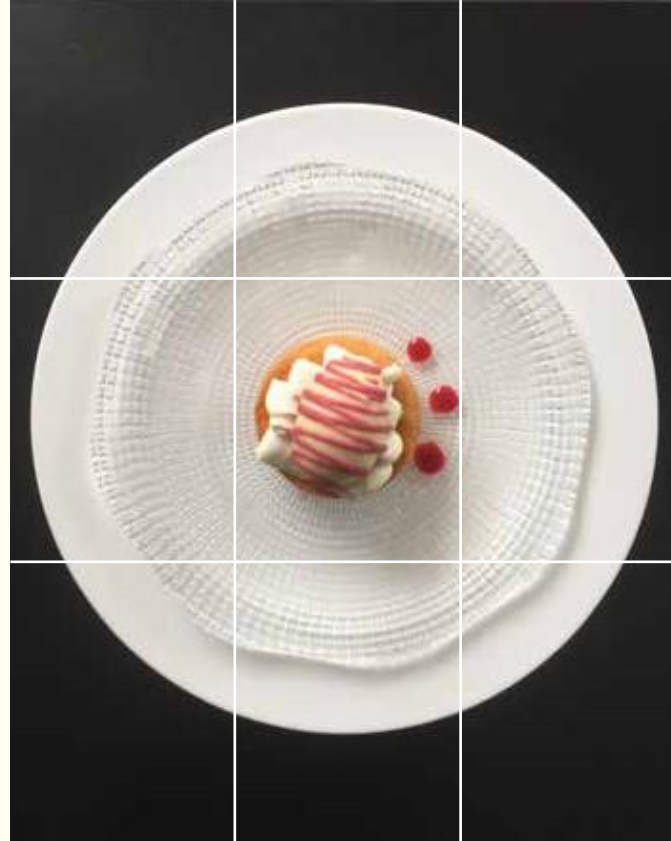
3 / USING BLACK & WHITE - UTILISER LE NOIR & BLANC

4.

HOW TO MAXIMIZE THE PHOTOGRAPHS?
COMMENT OPTIMISER LES PHOTOGRAPHIES ?

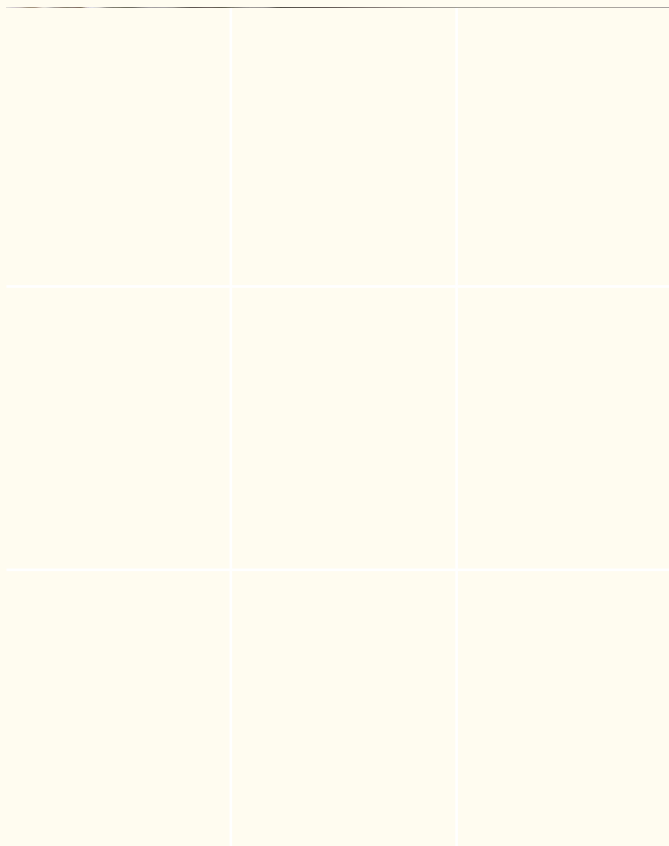


1. Prefer «from top» views
2. Favor natural lighting and avoid the flash
3. Ensure you remain parallel to the scene
4. Remove the backgrounds
5. Use the Smartphone grid for a nicer composition



1. Favoriser les vues de dessus
2. Privilégier l'éclairage naturel et éviter le flash
3. Veiller à rester parallèle à la scène
4. Dépouiller les fonds
5. Utiliser la grille du smartphone pour une belle composition

4 / MAXIMIZE THE PHOTOS -
OPTIMISER LES PHOTOGRAPHIES



1. Prefer «from top» views

2. Favor natural lighting
and avoid the flash

3. Ensure you remain parallel to the scene

4. Remove the backgrounds

5. Use the Smartphone grid for
a nicer composition

1. Favoriser les vues de dessus

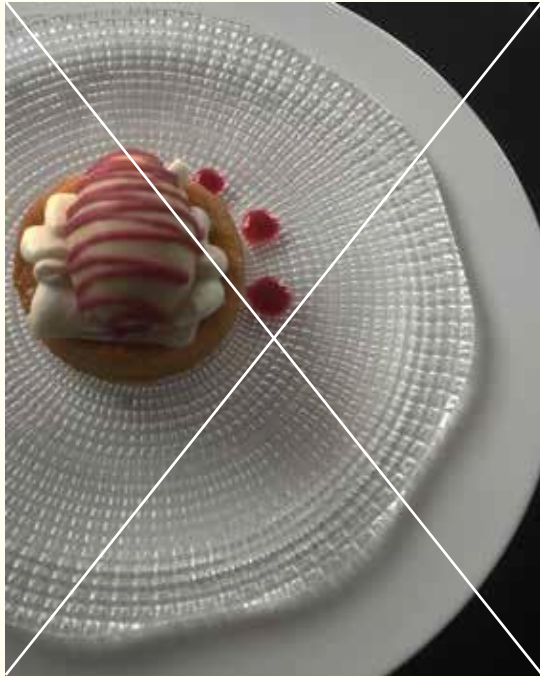
2. Privilégier l'éclairage naturel et
éviter le flash

3. Veiller à rester parallèle à la scène

4. Dépouiller les fonds

5. Utiliser la grille du smartphone
pour une belle composition

**4 / MAXIMIZE THE PHOTOS -
OPTIMISER LES PHOTOGRAPHIES**



1. Prefer «from top» views
2. Favor natural lighting and avoid the flash
3. Ensure you remain parallel to the scene
4. Remove the backgrounds
5. Use the Smartphone grid for a nicer composition

1. Favoriser les vues de dessus
2. Privilégier l'éclairage naturel et éviter le flash
3. Veiller à rester parallèle à la scène
4. Dépouiller les fonds
5. Utiliser la grille du smartphone pour une belle composition

**4 / MAXIMIZE THE PHOTOS -
OPTIMISER LES PHOTOGRAPHIES**

—

Graphic universe
Univers graphique

—

GRAPHIC UNIVERSE

-

Recommendations for identity code users

-

UNIVERS GRAPHIQUE

-

Recommandations pour les
utilisateurs des codes identitaires

-

Institutional uses p.25

How to use the chain symbol? p.33

Font uses p.39

Digital uses p.42

Les usages institutionnels p.25

Comment utiliser le symbole de la chaîne ? p.33

Les usages typographiques p.39

Les usages digitaux p.42



1.

INSTITUTIONAL USES

LES USAGES INSTITUTIONNELS



UNCHANGED LOGO

-

Before presenting the institutional uses, it is important to note that at no time the logos were modified. They remain unchanged.

Indeed, only an addition or extraction of elements is suggested to value the identity.

UN LOGO SANS MODIFICATION

-

Avant de vous présenter les usages institutionnels, il est important de souligner qu'à aucun moment les logos ne sont modifiés. Ils restent inchangés.

En effet, seul une addition ou une extraction d'éléments sont proposés pour valoriser l'identité.

1 / LOGOS ON INSTITUTIONAL MATERIAL -
LES LOGOS SUR SUPPORTS INSTITUTIONNELS

UNCHANGED LOGO LE
LOGO INCHANGÉ



THE GOLDEN BANNER LE
BANDEAU OR



THE RIBBON LE
RUBAN



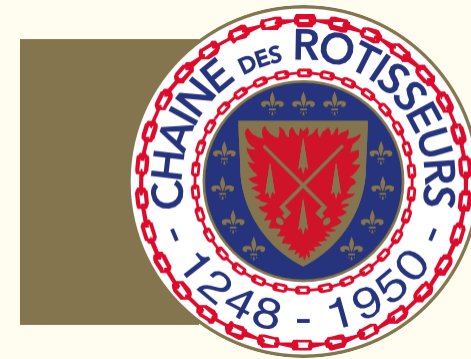
1 / LOGOS ON INSTITUTIONAL MATERIAL -
LES LOGOS SUR SUPPORTS INSTITUTIONNELS



THE RIBBON

SYMBOL

-
Sign of belonging but
yet a simple element of
distinction and elegance.



LE SYMBOLE

DU RUBAN

-
Signe d'appartenance mais
aussi élément simple de
distinction et d'élégance.

1 / LOGOS ON INSTITUTIONAL MATERIAL -
LES LOGOS SUR SUPPORTS INSTITUTIONNELS



Association Mondiale
de la Gastronomie

Excellence - Generosity - Commitment

← THE CARTRIDGE AS A
RIBBON
LE CARTOUCHE
COMME UN RUBAN

← UNCHANGED LOGO LE
LOGO INCHANGÉ

← BASELINE
LA BASELINE

← SIGNATURE
LA SIGNATURE

1 / LES LOGOS SUR SUPPORTS INSTITUTIONNELS
- LES LOGOS SUR SUPPORTS INSTITUTIONNELS



papeterie
papeterie



PAPIER VERGÉ

Natural ivory colour

-

«The vergé paper is a paper that shows fine horizontal parallel lines in the thickness of the paper. They are left by the wires and the warp threads (sewing threads that attach the wires to the pontuseaux) which are the metal wires that form the screen with which the paper is made. The pontuseaux are the wooden sticks that support the wires and the warp threads.

It is said that le Vergé would be the oldest construction technique, dating back to at least the 13th century in Italy.»

We select this paper for its historical legacy and universal use

PAPIER VERGÉ

Couleur ivoire naturel

-

«Le papier vergé est un papier qui laisse apercevoir par transparence de fines lignes parallèles horizontales dans l'épaisseur du papier. Elles sont laissées par les vergeures et les fils de chaîne (fils de couture qui fixent la vergeure aux pontuseaux) qui sont les fils en métal qui forment le tamis avec lequel est fabriqué le papier. Les pontuseaux sont les baguettes de bois qui soutiennent les vergeures (prononcer verjures) et les fils de chaîne.

Le vergé serait la technique de construction la plus ancienne, et remonterait au moins au XIII^e siècle en Italie.»

Nous retenons ce papier pour son héritage historique et son utilisation universelle

2.

HOW TO USE THE CHAIN SYMBOL?

COMMENT UTILISER LE SYMBOLE DE LA CHAÎNE ?



THE CHAIN

-

Through the photographic world, we saw how the chain can be extracted from the logo and used alone as a piece of jewellery.

This graphic sign alone makes the brand very identifiable.

It formally embodies the link, the gathering, the fraternity, the sharing and its gold colour drapes it with elegance.

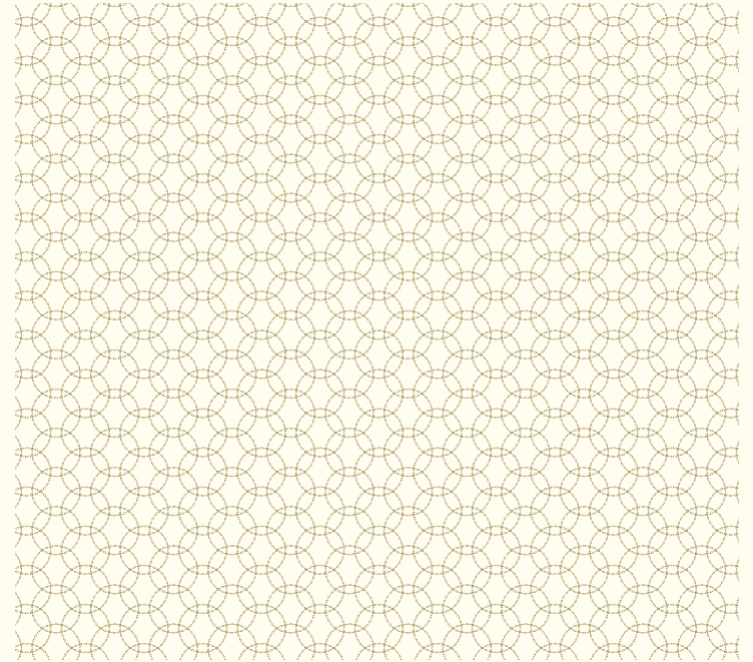
LA CHAÎNE

-

Nous avons vu dans l'univers photographique comment la chaîne peut être extraite du logo et utilisée seule comme un bijou.

Ce signe graphique seul rend la marque très identifiable.

Il incarne formellement le lien, la réunion, la fraternité, le partage et sa couleur or le drapée d'élégance.



A symbol of community but also
an iconographic expression
of the culinary and decorative arts.

The chain is repeated to form
an elegant monogram.

Symbole de communauté mais aussi
expression iconographique des arts de
la table et décoratifs.

La chaîne se démultiplie pour former un
élégant monogramme.

2 / THE CHAIN SYMBOL - LE SYMBOLE DE LA CHAÎNE



Silk paper
papier de soie

2 / THE CHAIN SYMBOL - LE SYMBOLE DE LA CHAÎNE



Stationery
papeterie




menu

3.

FONT USES

LES USAGES TYPOGRAPHIQUES

Une *communauté mondiale*
dont le crédo est la FRATERNITÉ, la
CAMARADERIE 
et une PASSION PARTAGÉE
pour les *arts culinaires*.

THE DIDOT

-

Play with the different aspects available in the Didot typographic family in order to add rhythm and enhance the message.

This font should be thought of as words-images.

LA DIDOT

-

Utiliser les différentes graisses de la famille typographique Didot pour donner du rythme et mettre en avant les propos.

Cette typographie doit être pensée comme des mots-images.

Amateurs
de GASTRONOMIE,
de BONNE CHÈRE
et de VINS FINS

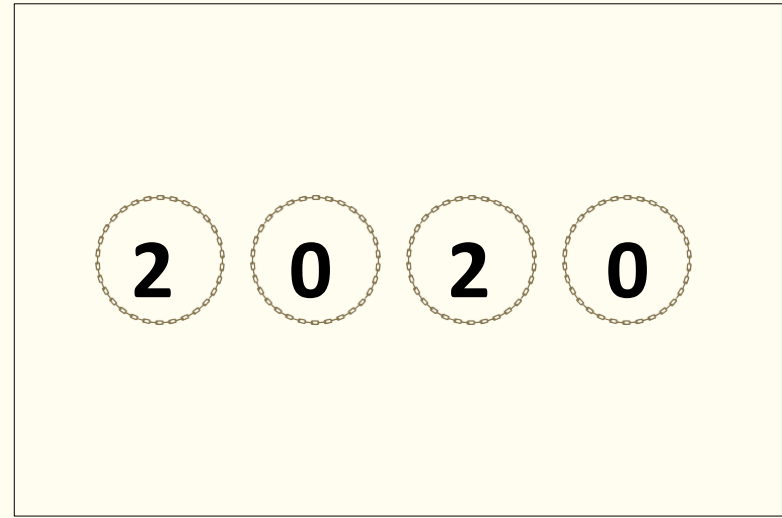


Guestbook
livre d'or

4.

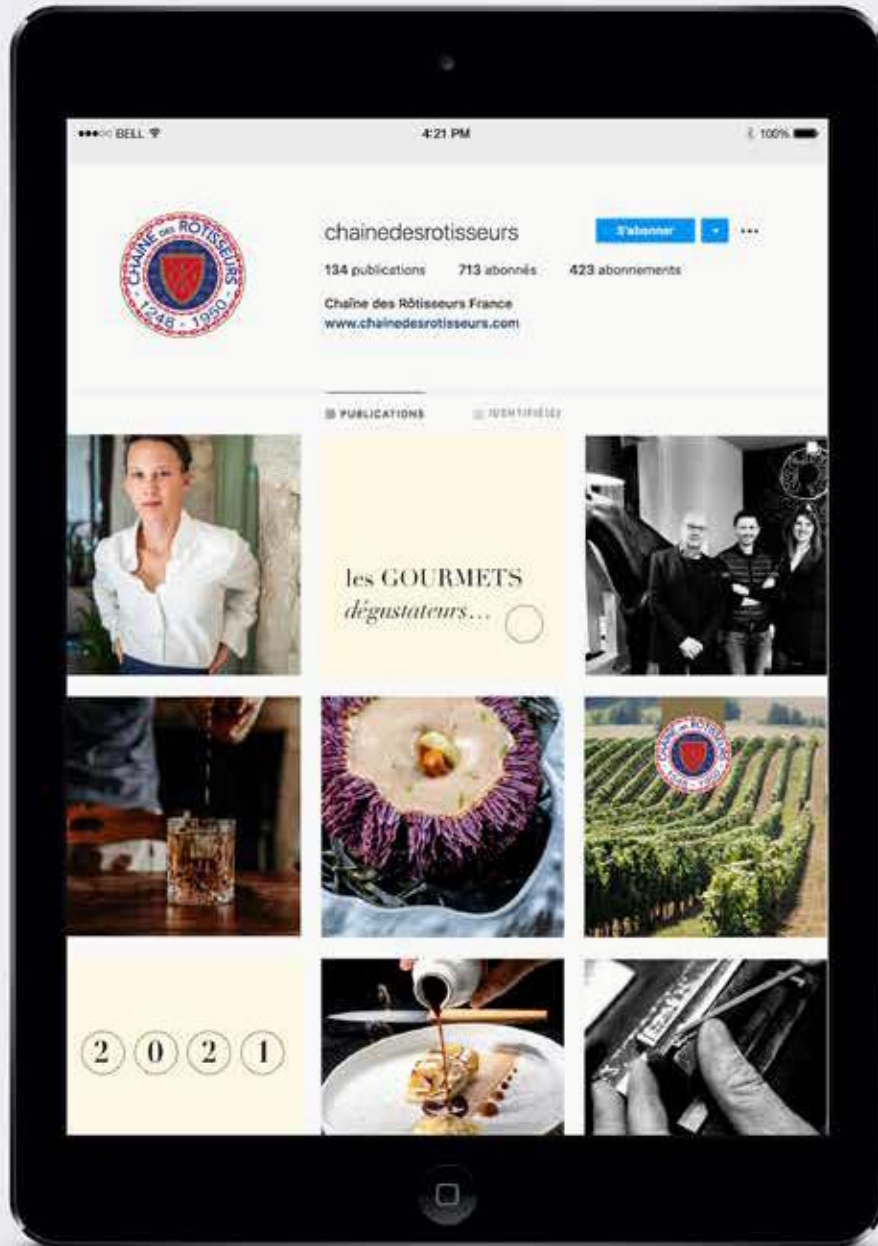
DIGITAL USES

LES USAGES DIGITAUX

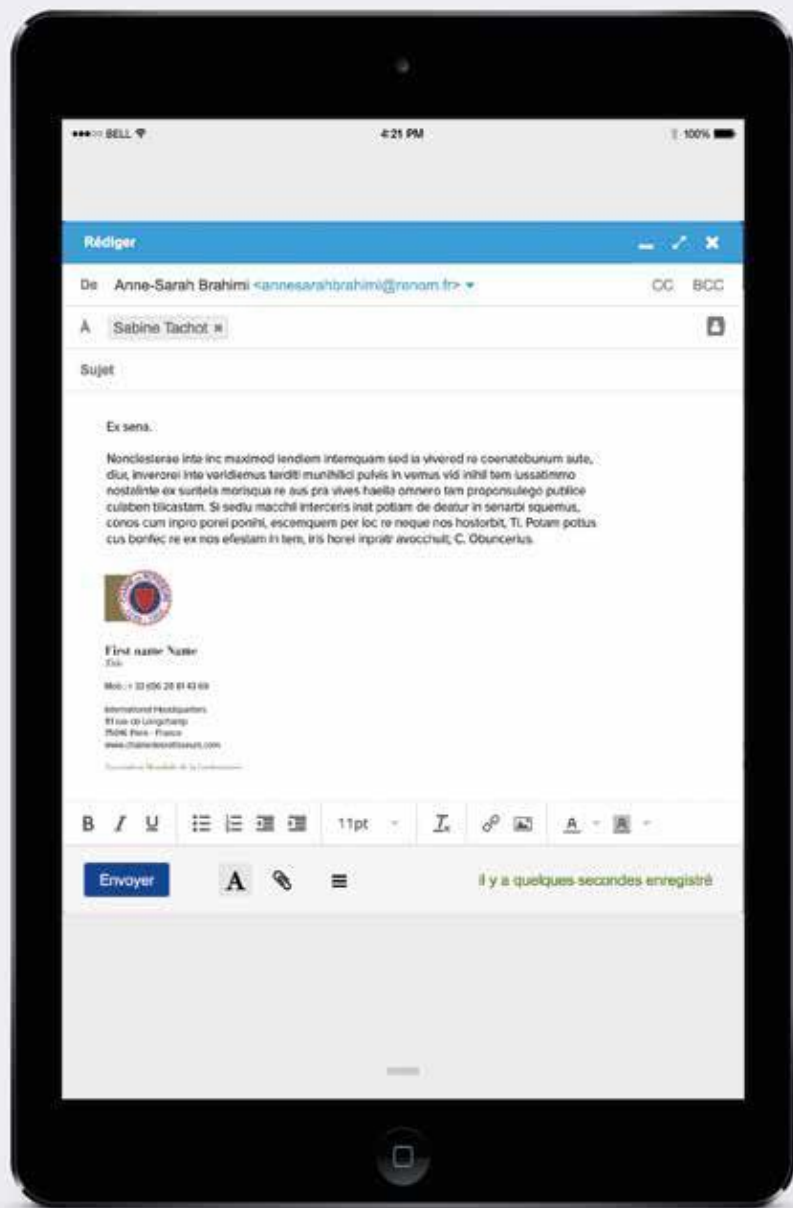


Replace bank images or visuals taken from the internet by minimalist and elegant identity codes (typography and symbol are enough).

Remplacer les images banques ou visuels trouvés sur internet par les codes identitaires minimalistes et élégants (typographie et symbole suffisent).



instagram



First name Name

Title

Mob : +33 601020304

Mail : fname@chainecountry.org

www.chainedesrotisseurs.com

Association Mondiale de la Gastronomie

Signature mail

4.
STATIONERY
PAPETERIE



Format : 55 x 85 mm
Papier : CONQUEROR VERGE BLANC 300 g/m²
Impression : Reflex Blue / rouge 186 / Or 871



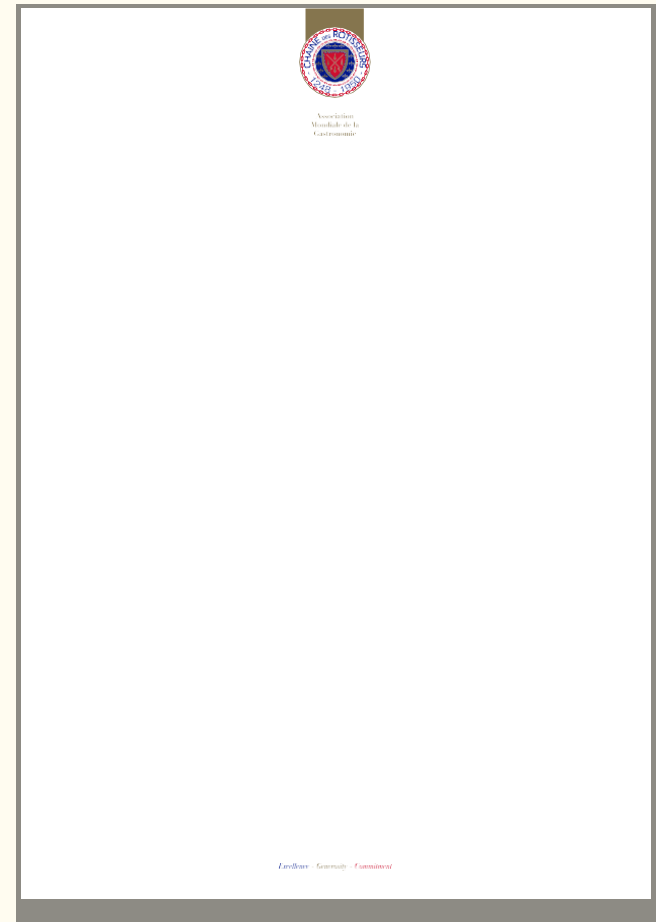
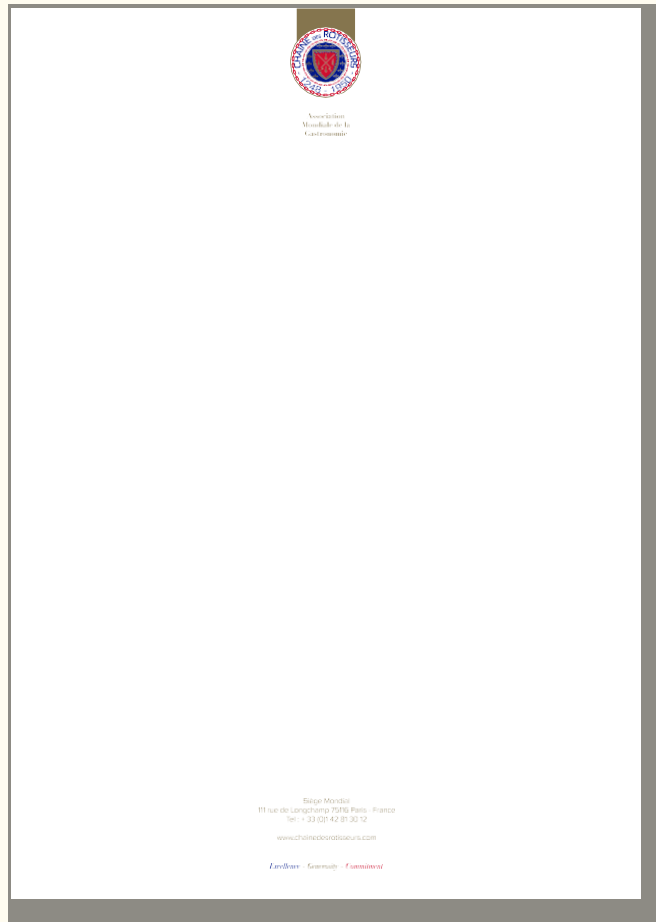
Association
Mondiale de la
Gastronomie

Excellence - Generosity - Commitment

Format : 210 x 100 mm

Papier : CONQUEROR VERGE BLANC 300 g/m²

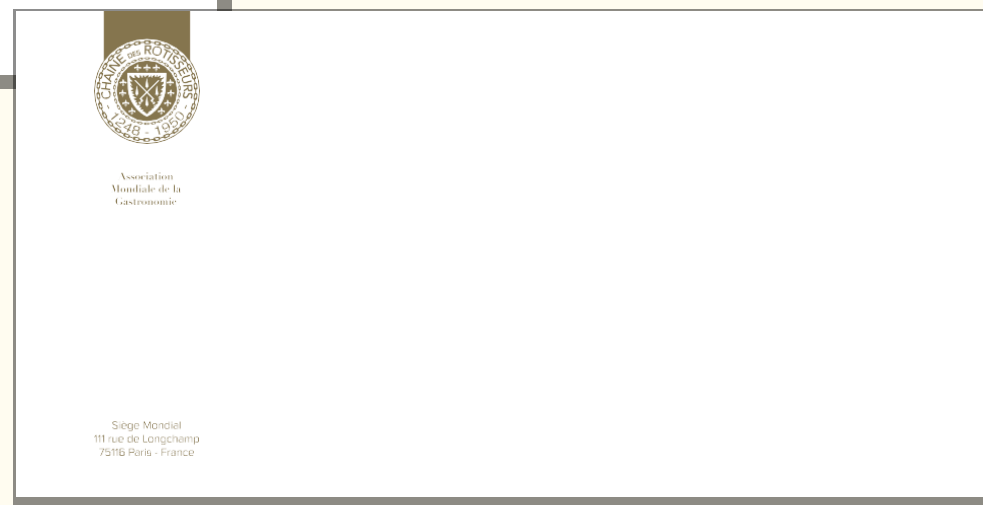
Impression : Reflex Blue / rouge 186 / Or 871



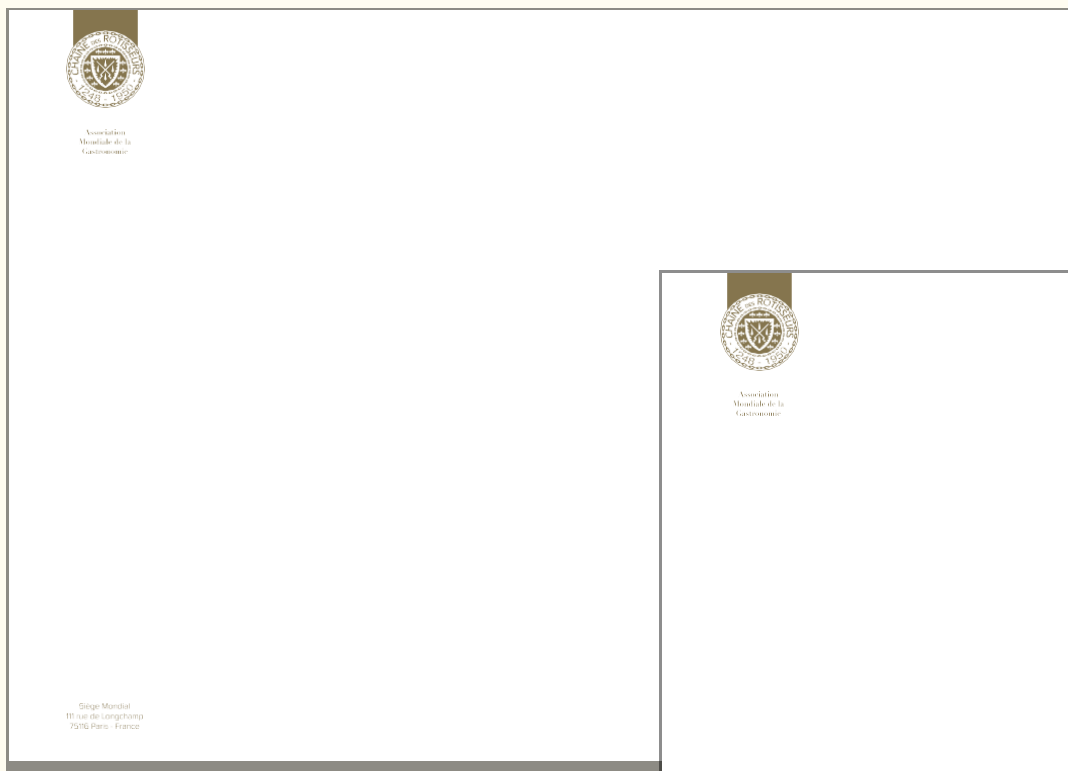
Format : A4

Papier : CONQUEROR VERGE BLANC 120 g/m²

Impression : Reflex Blue / rouge 186 / Or 871



Format : 220 X 110 mm
Papier : CONQUEROR VERGE BLANC 120 g/m²
Impression : Or 871



Format : 162 X 229 mm
Papier : CONQUEROR VERGE BLANC 120 g/m²
Impression : Or 871

It is these guidelines and tools that will guide and inspire the members when expressing the Chaîne visually.

Like in a recipe, the listed ingredients are key to prepare a tasty dish. It is now up to every member to freely make the recipe through their own vision, creativity and sensibility.

We think the variety of viewpoints is a richness that is best reflected in a harmonious framework. That's why we have defined all these guidelines. Thus, the brand identity of the Chaîne becomes coherent, unified and recognizable.

Thank You.

Ce sont ces orientations et ces outils qui permettront de guider et d'inspirer les membres dans l'expression visuelle de la Chaîne.

Comme une recette de cuisine, ces ingrédients listés sont nécessaires pour élaborer un bon plat. À chacun maintenant de s'appropriier librement la recette avec sa créativité, son regard et sa sensibilité.

Nous pensons que la diversité de points de vue est une richesse qui se retranscrit mieux dans un cadre harmonieux. C'est pourquoi nous avons défini l'ensemble de ces lignes directrices. L'image de marque de la Chaîne devient ainsi cohérente, unifiée et reconnaissable.

Merci