

Ordonnance du DFE sur l'identité visuelle commune des mesures de communication en faveur des produits agricoles, soutenues par la Confédération

du 23 août 2007 (Etat le 1^{er} janvier 2008)

Le Département fédéral de l'économie,

vu l'art. 7, al. 2, de l'ordonnance du 9 juin 2006 sur l'aide à la promotion des ventes de produits agricoles (OPVA)¹,

arrête:

Art. 1 Principe

¹ Doivent être utilisés, pour toutes les applications graphiques des supports de communication, les éléments conceptuels et les règles d'application correspondantes décrits dans l'annexe. La langue utilisée doit correspondre à celle du support de communication. Les éléments conceptuels et les règles d'application ne peuvent être utilisés que dans le cadre des mesures de communication soutenues par la Confédération.

² Les expressions «Suisse» et «Naturellement» ou «[nom du produit] naturellement suisse» sont utilisées dans la langue correspondante pour toutes les applications audio relevant du domaine de la communication-marketing des produits agricoles.

Art. 2 Eléments conceptuels

¹ L'Office de l'agriculture met à la disposition des bénéficiaires de l'aide financière les éléments conceptuels, sous forme électronique et dans les différentes langues.

² Des modèles de présentation dans d'autres langues, pour des usages plurilingues ou des utilisations particulières sur des supports de communication spécifiques, peuvent être demandés à l'Office fédéral de l'agriculture.

Art. 3 Disposition transitoire

Les supports de communication qui ont été produits avant le 1^{er} juin 2008, ne peuvent être utilisés après le 1^{er} janvier 2009, que s'ils répondent aux exigences de la présente ordonnance. Les imprimés peuvent encore être utilisés.

Art. 4 Entrée en vigueur

La présente ordonnance entre en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

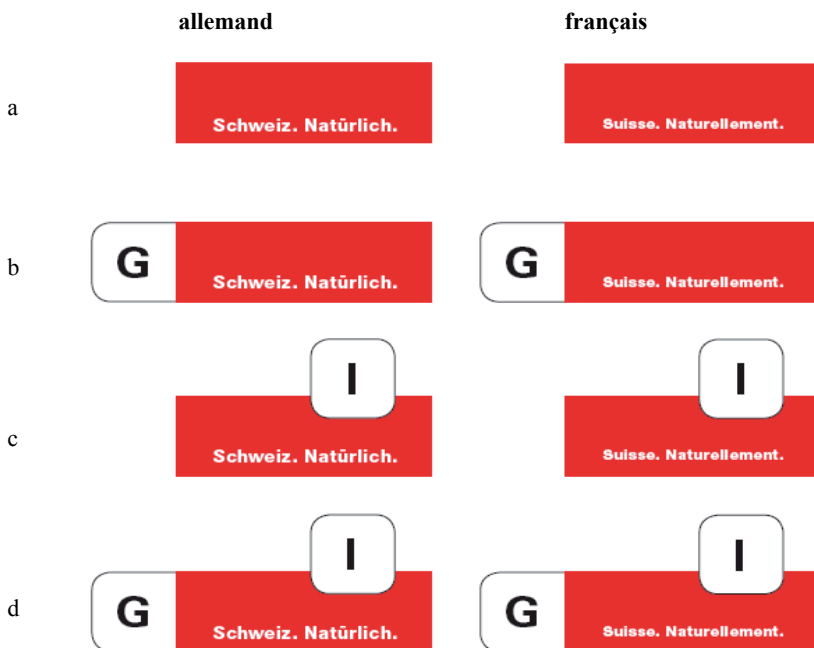
RO 2007 4715

¹ RS 916.010

Annexe
(art. 1)

Eléments conceptuels

La surface rouge et l'expression «Suisse. Naturellement.», dans la langue correspondante, constituent l'élément de liaison entre les marques ou signes individuels (I) et les signes de garantie (G). Sont seules considérées comme signe de garantie, la marque «Suisse Garantie» d'Agro Marketing Suisse, la marque «bourgeon» de Bio Suisse, les deux marques «AOC» et «IGP» de l'association suisse de promotion des AOC et IGP, ainsi que la marque «coccinelle» d'IP Suisse.





Règles d'application

La taille maximale de la marque ou du signe individuel (I) est définie par la longueur de l'expression «Suisse. Naturellement.».



La longueur de la surface rouge est variable. La marque ou le signe individuel et l'expression «Suisse. Naturellement.» forment un tout et conservent par conséquent leur position, à droite ou à gauche, à côté du signe de garantie.



La position de l'identité visuelle commune est variable, à droite, à gauche ou en hauteur.



Couleurs



Rouge: Pantone 186 ou 100 % Magenta et 100 % Yellow.



Noir-blanc: 100 % Noir.

Typographie: Helvetica New 85 Heavy

