Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Un nouveau logo pour la ville d'Avignon





La commune d'Avignon vient de dévoiler son nouveau logo. Conçue en interne, cette nouvelle identité visuelle revisite le blason historique de la ville tout en revendiquant son ADN papal et culturel.

« Notre démarche n'est ni une démarche de rupture, encore moins d'appropriation, c'est une démarche de cohérence, explique Anaïs Hausmann, adjointe au maire d'Avignon, lors du dévoilement du nouveau logo de la cité des papes.
Pour l'élue déléguée à l'innovation et à la marque territoriale ce changement s'explique avant tout par les limites l'ancienne identité visuelle 'Avignon, ville d'exception' instaurée par la précédent municipalité depuis 2020.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



> « Avignon n’a pas besoin de s’inventer une Histoire, elle en a déjà une exceptionnelle. »
>
> *Anaïs Hausmann, adjointe au maire d’Avignon déléguée à l’innovation et à la marque territoriale*

« Il y avait un décalage entre l’intention et la perception. Quand une ville se proclame ‘Ville d’exception’ et qu’un grand nombre de ses habitants la rebaptise ‘Ville déception’ », cela ne fonctionne plus. Par ailleurs, il y a également un manque de singularité. En fait, la signature ‘ville d’exception’ est assez générique. Bien d’autres villes auraient pu la revendiquer. Nous avons estimé qu’une ville pour se distinguer, ne devait pas se proclamer exceptionnelle, mais plutôt de dire pourquoi elle l’est et ce qui la rend unique. Et Avignon n’a pas besoin de s’inventer une Histoire, elle en a déjà une histoire exceptionnelle. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Le logo précédent de la ville :'Avignon, ville d'exception'. Il a été mis en place à partir de 2020. Crédit : DR

« On s'appuie sur nos racines, complète Olivier Galzi, maire d'Avignon. On réactualise simplement l'histoire d'une cité qui fût un état, un carrefour de la spiritualité et des arts ayant donné son nom à de nombreuses écoles : l'école d'Avignon en architecture, en peinture, en enluminure… »

> « L'objectif, c'est de conserver une identité institutionnelle forte tout en laissant une certaine liberté dans la communication grand public. »
>
> *Jimmy Nollet, directeur artistique*

« Le travail graphique sur le blason consistait à réinterpréter le blason historique de la ville tout en conservant ses caractéristiques comme les gerfauts ou les clefs, précise Jimmy Nollet, directeur artistique en charge de cette création pour la direction de la communication de la ville d'Avignon. Nous avons simplifié les formes pour améliorer la visibilité et l'adapter au support de communication actuel. Pour l'accompagner, nous avons créé une charte graphique qui définit toutes les règles d'utilisation du logo pour unifier notre identité. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Le nouveau logo est décliné dans une palettes de couleurs secondaires afin de rompre la monotonie de la communication.

« L'idée était d'avoir une communication cohérente, qu'il s'agisse de documents officiels, d'affiches ou de communication digitale, poursuit le directeur artitique. Nous avons développé aussi de palettes de couleurs secondaires pour que la communication ne soit pas monotone tout en conservant une identité commune (voir visuel ci-dessus). L'objectif, c'est de conserver une identité institutionnelle forte tout en laissant une certaine liberté dans la communication grand public. »

Un peu d'Histoire…
Si à l'origine les sceaux anciens d'Avignon représentaient la ville fortifiée au bord du Rhône,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

c'est à partir du XIIIe siècle qu'une clef figure sur les armoiries comme symbole de seigneurie autonome. Selon l'ouvrage 'Armorial des communes de Vaucluse' édité en 1984 par le Conseil départemental de Vaucluse, on suppose ensuite que les deux clefs pontificales furent ajoutées après l'acquisition de la cité par Clément VI en 1348. Ces trois clefs correspondraient en outre au nombre des consuls de la ville.
« Plus tard, les Avignonnais réclamèrent le droit d'ajouter des gerfauts au blason, en mémoire de leur bref statut de république en 1429, explique le site avignoncitémillénaire.com. Ces oiseaux étaient parés de grelots aux pattes, dont le tintement rappelait aux élus l'importance de rester attentifs aux besoins de leurs administrés, de manière symbolique. »
Selon les travaux de Louis Blancard sur les armoiries d'Avignon lors d'un congrès archéologique en 1883, la devise de la ville *Unguibus et Rostro* se traduit ainsi 'Par le bec et par les griffes'. Elle signifie «Vigoureusement, sans lâcher prise et par tous les moyens». Aussi traduite 'A bec et à griffes', cette divise incarne l'engagement à agir avec vigueur, persévérance et détermination pour le bien-être et les intérêts de la cité.

Coût de l'opération et droit d'utilisation
« Cette nouvelle identité a été conçue intégralement en interne, assure l'adjointe au maire d'Avignon déléguée à l'innovation et à la marque territoriale. On a fait appel aux talents et aux compétences dont nous disposions et aucune dépense supplémentaire n'a été engagée pour sa conception. »
Pour éviter les déconvenues du passé (voir encadré 'Rififi autour d'un logo' en fin d'article), cette création et ses déclinaisons ont été déposées par la ville à l'Inpi (Institut national de la propriété industrielle) afin de sécuriser l'utilisation.

A l'image du Conseil départemental de Vaucluse lorsqu'il a changé de logo l'an dernier, la Ville d'Avignon ne souhaite pas engager de coûts supplémentaire avec le déploiement immédiat de la nouvelle charte graphique sur tous les supports municipaux.

« Il n'est pas question de remplacer du jour au lendemain tous les stickers de véhicules municipaux, tous les panneaux signalétiques et tous les équipements qui portent l'ancienne charte graphique, insiste Anaïs Hausmann. Donc il va y avoir un temps de transition où les deux chartes vont coexister. Les supports existants conserveront leur habillage jusqu'à leur renouvellement naturel et seulement les nouvelles fabrications intégreront la nouvelle charte. »

> « Nous avons été une capitale. Notre objectif ultime, symboliquement, ce serait de le redevenir un jour. »
>
> *Olivier Galzi, maire d'Avignon*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

« Avignon est unique en France. Elle a été le siège de la papauté et possède également une singularité forte en matière de création artistique, rappelle Anaïs Hausmann. La cité des papes, c'est notre héritage. La cité des arts, c'est notre identité vivante.

« Nous avons été une capitale, insiste pour sa part Olivier Galzi. Notre objectif ultime, symboliquement, ce serait de le redevenir un jour. Avignon est une ville d'esprit et Avignon est une ville d'art. Voilà ce que nous voulons être, voilà ce que nous sommes, voilà où nous voulons aller. »





Au-dessus, le logo 'Ville d'esprit' décliné, sans son accord, par la ville d'Avignon durant 11 ans à partir d'un cliché du photographe Philippe Médard. Après un bras de fer judiciaire, l'artiste aura gain de cause et la ville n'a plus eu le droit de l'utiliser à partir de 2012 sous peine de pénalité.
En dessous, reprenant seulement les couleurs de la photo afin de s'inscrire dans la continuité de la photographie de Philippe Médar, ce logo de la ville imaginé par l'agence avignonnaise Saluces sera utilisé de 2012 à 2020.
Crédit : Philippe Médard/ DR

Rififi autour d'un logo

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

L'histoire des logos et de l'image d'Avignon n'a pas été toujours un fleuve tranquille. En 1997, le photographe Philippe Médard cède l'un de ses clichés d'une vue étirée du pont Saint-Bénezet à la commune dans le cadre d'une commande pour l'évènement 'Avignon : capitale culturelle européenne de la culture en l'an 2 000'. Une photographie que la municipalité va ensuite décliner comme logo en y rajoutant la baseline : 'Avignon : Ville d'esprit ». (voir visuels ci-dessous)
Si le photographe professionnel a bien signé un contrat de cession de droit 'tous usages' et sans mention de durée il n'a cependant pas donné son accord pour que la ville décline la photo en logo.

Après avoir cherché en vain un accord amiable, Philippe Médard assigne la ville en 2008. Faisant toujours la sourde oreille aux demandes de l'artiste, l'ancienne municipalité de Marie-Josée Roig est finalement condamnée en février 2010 par le Tribunal de grande instance d'Avignon à lui verser 30 000€ de dommages et intérêts.

Dans le même temps, la commune ainsi que son office de tourisme se sont vues également interdites d'utiliser le visuel. Une décision qui a contraint la municipalité à ne plus utiliser le logo à partir du 1er juin 2012. A cette date, l'ensemble des logos de la ville (en-tête, sérigraphie de véhicules, écusson sur les vêtements, plaque sur les monuments…) a donc dû être changé à la hâte par une nouvelle identité graphique sous peine de pénalité d'astreinte par jour de retard et par support. Une gabegie estimée à l'époque à plusieurs centaines de milliers d'euros.
Finalement, ce sera la nouvelle municipalité de Cécile Helle qui mettra fin à cette affaire en jetant l'éponge en 2014. Après six ans de procédure, la nouvelle équipe en place à l'hôtel de ville décide alors d'arrêter les frais en se désistant de l'appel initié par la précédente municipalité.

Le Département de Vaucluse soigne son image à moindre frais

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Le Conseil départemental de Vaucluse se dote d'une nouvelle identité visuelle. Pour cela, les services du Département ont réalisé un maximum de choses en interne afin de minimiser les coûts de changement de l'ancien logo qui datait de 2001.

Cela faisait quasiment près d'un quart de siècle que le Département de Vaucluse affichait la même identité graphique. Autant dire une éternité, tout particulièrement pour une collectivité. L'ancien logo, avec un 'V' jaune et bleu datait de 2001. L'institution vauclusienne s'appelait alors encore 'Conseil Général'. Elle était présidée par le socialiste Claude Haut qui venait de succéder au RPR Jacques Bérard. A cette époque, on venait d'inaugurer la gare TGV d'Avignon en présence de Jacques Chirac et la LEO était à peu près aussi peu avancée qu'aujourd'hui. Le futur 'tricheur' Lance Amstrong remportait sa 3e victoire au Tour de France, les Etats-Unis étaient foudroyées par les attaques du 11 septembre et c'était l'année de sortie du premier film de la série Harry Potter…

« Le Vaucluse change. »

Dominique Santoni, présidente du Conseil départemental de Vaucluse

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

« La précédente identité visuelle, et le logo qui en découlent, ont naturellement vieilli et ne reflètent plus le dynamisme d'une collectivité qui se modernise et d'un territoire qui se transforme », explique le service communication du Conseil départemental de Vaucluse. Moins indulgente, Dominique Santoni, sa présidente, compare, au mieux, l'ancien logo à une fontaine, au pire, à une 'mouette'.
« Pourquoi une nouvelle identité, explique-t-elle. Parce que je crois que le Vaucluse change. Qu'il se modernise et qu'il avance. C'est un 'V' de Vaucluse qui dit autre chose que l'envol. Il évoque la vitalité mais aussi notre vision, nos valeurs… Cette nouvelle identité visuelle illustre véritablement ce que l'on est aujourd'hui. Elle nous rend plus lisibles et plus impactant. »

VAUCLUSE
LE DÉPARTEMENT

Département de VAUCLUSE

En haut, le nouveau logo. En bas, l'ancien logo datant de 2001.

Un investissement pour l'attractivité du territoire
« Au fil du temps, l'ancienne identité visuelle avait fait l'objet de très nombreuses déclinaisons ou interprétations qui n'assuraient plus la cohérence indispensable en matière de communication, complètent les services du Département. La nouvelle identité visuelle va également permettre d'harmoniser l'ensemble des supports. Elle assurera une lisibilité maximale de l'action du Département et donnera une nouvelle image du Vaucluse. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

« C'est un projet qui a été impulsé par les services du Département », confirme Dominique Santoni pour qui cette initiative constitue également « un investissement pour l'attractivité du Vaucluse ».

Maîtriser les coûts de l'opération

Cependant, à l'heure où les collectivités locales surveillent au plus près leur niveau de dépense, le Département de Vaucluse s'est engagé dans ce renouvellement avec la ferme volonté d'en maîtriser les coûts. Ainsi, un maximum de choses a été réalisé en interne.

Par exemple, l'habillage des véhicules est réalisé par les agents du Conseil départemental. Le Département s'acquittera donc seulement de la fabrication des adhésifs, ce qui divise le coût de l'opération par 5. Dans le même temps, les 'goodies' (objets promotionnels) ont été écoulés afin d'éviter tout gaspillages liés à la mise en place de la nouvelle charte graphique.

« L'un des impératifs étant de minimiser le coût, la mise en place de la nouvelle identité visuelle sera appliquée selon plusieurs principes simples : ne pas gaspiller, dématérialiser et réaliser en interne tout ce qui peut l'être », insiste la communication du Département.



La nouvelle identité visuelle du Département s'appuie sur une palette de 2 couleurs principales complétée par 5 couleurs complémentaires.

Changement d'identité visuelle : mode d'emplois

Basée sur un vert évoquant les massifs forestiers du département et un ocre rappelant les Ocres de Vaucluse, la nouvelle identité sera déclinée sur tous les supports de communication de la collectivité. Véhicules, papiers en-tête, façade des sites du département, site internet et outils numériques ou bien

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

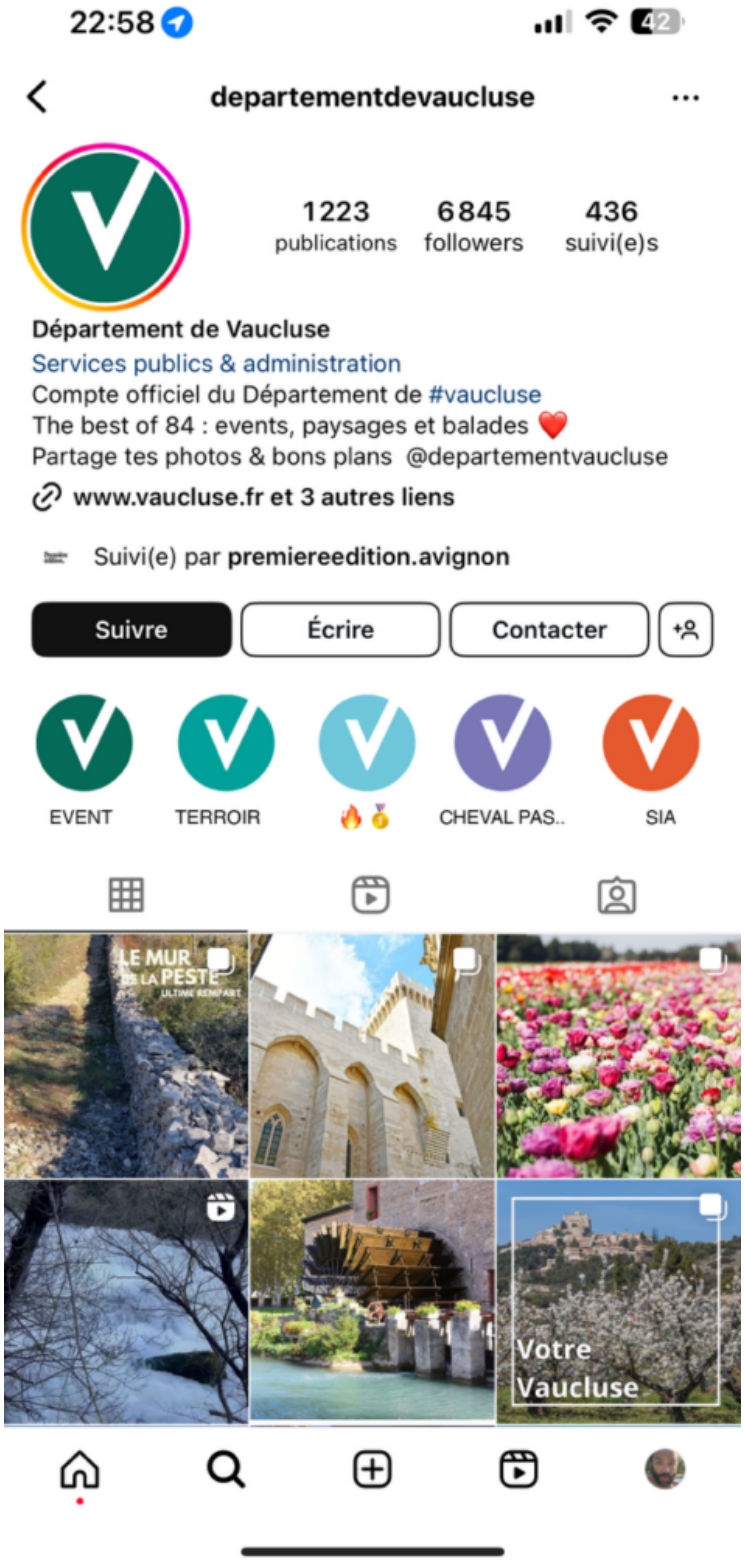
encore le magazine du Département qui sort ces jours-ci à l'occasion de l'été 2025.
Pour changer la signalétique de ses quelque 130 bâtiments (collèges, EDES, agences et centres routiers, services…) le Département fait le choix de conserver au maximum les supports existants (panneaux dibond, totems), sur lesquels seront appliqués de nouveaux films adhésifs haute résistance. Les seuls supports à remplacer sont ceux qui sont aujourd'hui endommagés.



Le site internet.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Le nouveau magazine.

Par ailleurs, le Vaucluse compte 68 panneaux routiers marquant l'entrée ou la sortie de son territoire et respectant une norme nationale. Au lieu de tous les remplacer, le Département a choisi de procéder à la pose, sur la zone personnalisable, d'un adhésif réfléchissant.
Même volonté d'économie concernant les vêtements de travail des agents : aucune commande exceptionnelle n'a été passée, le nouveau logo s'appliquant uniquement aux renouvellements programmés.
Enfin, le Conseil départemental de Vaucluse profite de ce changement d'identité visuelle pour approfondir sa politique de dématérialisation. Des trames portant le nouveau logo ont été intégrées aux

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

logiciels de gestion des courriers, aujourd'hui numériques à quasiment 100%, ce qui réduit de manière drastique la commande de papier à en-tête.

L'AOC Lirac se renouvelle



Qui dit nouvelle année dit résolution, voire renouvellement pour certains. C'est le cas de l'AOC Lirac qui vient de dévoiler sa nouvelle identité visuelle, accompagnée d'une campagne de communication inédite.

En changeant son identité visuelle et en créant une nouvelle campagne de communication, l'AOC Lirac souhaite valoriser l'appellation et lui donner une image originale, distinctive et qualitative, développer sa

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

notoriété auprès des professionnels et de nouvelles cibles de consommateurs, mais aussi fédérer les acteurs de l'AOC autour d'un discours et d'actions communes.

Ainsi, l'appellation dispose d'une nouvelle signature : 'Un Cru grandeur Nature'. Côté visuel, on observe une bouteille posé sur un fond de verdure, qui reprendrait les éléments végétaux représentatif de l'AOC. L'idée est de mettre la nature au cœur de cette nouvelle identité visuelle en représentant l'écrin de nature particulièrement verdoyant dont bénéficie le Cru, mais aussi son mode de culture qui préserve les ressources naturelles de son territoire.



V.A.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Les Bollénois choisissent le nouveau logo de leur commune



En 2020, la Ville de Bollène a fait le choix de s'inscrire dans une démarche de démocratie participative afin d'inclure davantage ses habitants avec un convention citoyenne, un conseil municipal des enfants, un budget participatif ou encore des concertations. Il était donc naturel pour la commune de faire appel aux Bollénois une fois de plus pour choisir le nouveau logo de la Ville.

Les Bollénois ont eu le choix parmi trois logos, et ont pu voter sur la page Facebook de la Ville, sur son site internet, par mail ou directement à la mairie. Ce nouveau logo devait traduire une identité visuelle forte, moderne et dynamique.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Les trois choix qui s'offraient aux Bollénois. DR

Le nouveau logo

C'est finalement le logo n°2 qui a le plus plut aux habitants de la commune. Basé sur les éléments fondamentaux qui composent les armoiries de la Ville, c'est-à-dire la tour et les deux clés, le nouveau logo reprend également les deux fleuves qui traversent Bollène : le Rhône, à travers sa dérivation du canal Donzère-Mondragon, et le Lez. Le croisement des deux fleuves sous la tour évoque la position stratégique de la Ville, à la croisée de trois départements : le Vaucluse, la Drôme et l'Ardèche. Le choix du jaune et du bleu était évident puisque ce sont les couleurs traditionnelles de Bollène.

Le 'N' de Bollène est différent des autres lettres. Cette touche d'originalité illustre l'évolution et le dynamisme de la Ville. En empruntant des éléments traditionnels et historiques des armoiries et en les modernisant, le nouveau logo a pour objectif de perpétuer l'identité de la Ville et de constituer un trait d'union entre le passé historique l'avenir. La Ville précise que les armoiries demeurent toujours et que ce nouveau logo n'a pas vocation à les remplacer.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026





L’ancien et le nouveau logo.

V.A.