Ferinont

GUIDE DE NORMES
GRAPHIQUES

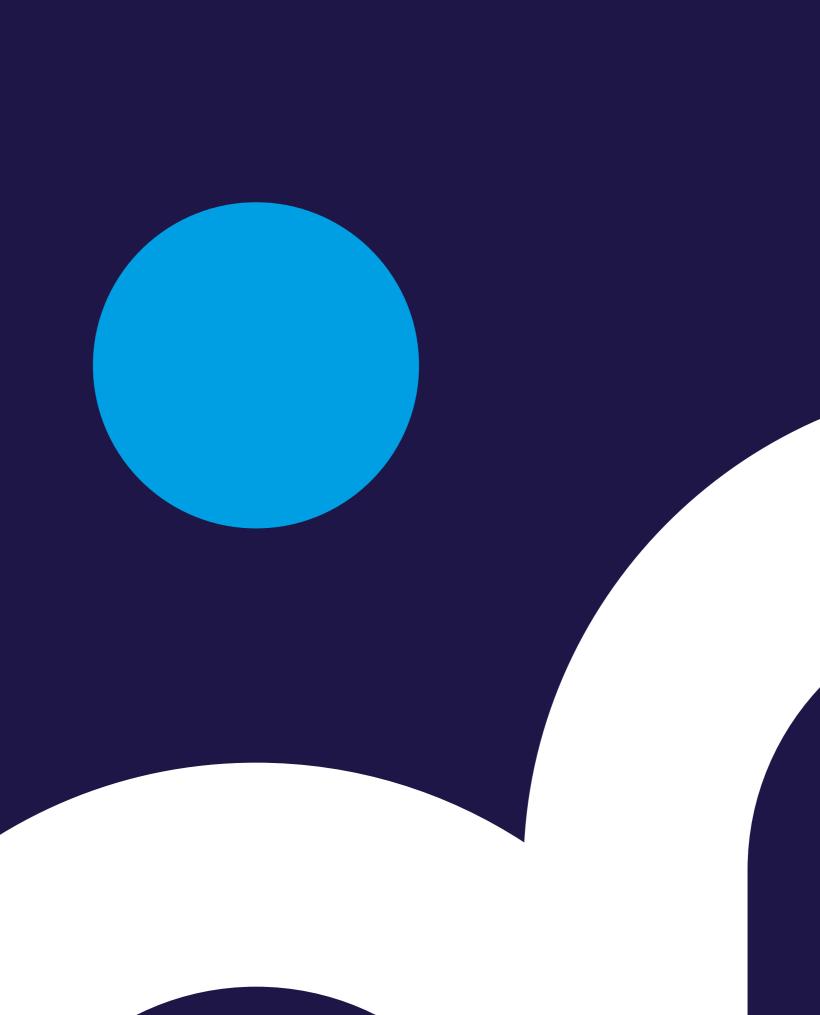


Table des matières

- 3. Introduction
- L'identité visuelle
- 6. Les différentes versions de l'identité
- L'utilisation du symbole
- 8. Les utilisations à éviter
- 9. La thématique
- 10. L'incrustation de la marque dans les images
- 12. La typographie
- 13. Les couleurs de Fermont
- 14. La marque en action
- 20. Coordonnée utile

La Ville de Fermont s'est dotée d'une identité visuelle représentative de sa volonté d'être reconnue comme la ville qui procure une dimension exceptionnelle au quotidien de chaque résident.

Ce guide constitue un coffre à outils destiné aux personnes qui auront à créer des messages ou du matériel de communication afin de promouvoir l'univers de la marque Fermont.

L'IDENTITÉ VISUELLE



Vivre à Fermont, c'est ressentir la convivialité des gens et toute l'activité qui enrichit et anime le quotidien. Il y a de la vie, c'est sans prétention, accueillant et branché sur l'essentiel.

C'est sympathique et ludique.

Au centre du logotype, les lettres r et m, par leur tracé, évoquent des silhouettes de citoyens, de membres d'une famille, d'une collectivité. Les points de couleur appuient les notions de plaisir et de bonne humeur associées à la marque Fermont.

La couleur bleu foncé évoque la nordicité du lieu et assure une excellente lisibilité en toute circonstance.

Le dessin des lettres est personnalisé pour la Ville de Fermont. Le style de caractères aux formes simples et sans artifice du logo permettra à l'identité de traverser les modes.



Les différentes versions de l'identité

Selon le contexte où l'identité visuelle sera utilisée, trois types de fichiers permettent d'assurer la lisibilité de la marque.

Les instructions ci-contre permettront de faire le meilleur choix.

Tous les fichiers de l'identité visuelle comportent un guide non visible pour la zone de protection. Il est alors facile de positionner l'identité dans n'importe quelle pièce de communication et d'assurer une visibilité impeccable. Cette règle comporte une exception lorsque l'identité est utilisée dans un contexte promotionnel ou publicitaire.

Voici les dimensions minimales de reproduction en imprimé et en numérique. La seule exception est l'image de profil dans les réseaux sociaux.



19 mm 100 pixels La version couleur est privilégiée dans la majorité des pièces de communication de la marque.



La version renversée dans la couleur Pantone 2765 sera privilégiée dans certaines utilisations sur des pièces de communication numérique et vidéo.



La version monochrome sera utilisée principalement en broderie, en sérigraphie, en gravure sur métal ou dans une publicité en noir et blanc dans un quotidien.



L'utilisation du symbole

Pour toutes les pièces de communication, l'identité visuelle complète est obligatoire. Par contre, le symbole composé des lettres r et m peut être utilisé comme élément décoratif sur des objets promotionnels, des pièces de pavoisement imprimées, des véhicules et des éléments de signalisation. Ci-contre, des exemples d'application du symbole en couleur, en renversé ou monochrome.

Pour toute autre application du symbole seul, par exemple sur une pièce promotionnelle comme un chandail ou un polo destiné à l'interne, nous vous invitons à communiquer avec le service des communications de la Ville de Fermont pour faire autoriser cette utilisation.













Les utilisations à éviter

Lors de la création d'une pièce de communication, il est tentant « d'adapter » ou de modifier le logotype pour qu'il s'adapte au contexte.

C'est plutôt le contraire qu'il faut faire. On adapte le graphisme pour mettre en valeur la marque Fermont. Voici quelques modifications à éviter.



Modifier les proportions du symbole et du nom.



Utiliser le logo superposé sur une image complexe qui comporte beaucoup de détails.



Reproduire l'image en créant un contraste insuffisant avec le fond.



Déformer le logotype.



Modifier la police de caractère du logotype.



Ne pas laisser suffisamment d'espace autour du logotype.

La thématique

Pour renforcer la raison d'être de la marque Fermont : un milieu de vie complet et de qualité pour l'ensemble de la population résidant en permanence dans une ville minière, la thématique « Si bien chez nous » a été conçue pour être utilisée sur certaines pièces de communication de la Ville.

Cette thématique pourra aussi être utilisée dans les communications aux nouveaux arrivants et la publicité promotionnelle.

La thématique utilise la police de caractères Brandon Grotesque Italic dans deux graisses soit le Gras et le régulier. Il n'y a pas de règles précises pour la distance, le rapport de grandeur et le positionnement de la thématique. Il faut l'utiliser avec parcimonie pour qu'elle ne devienne pas banale par une surutilisation.



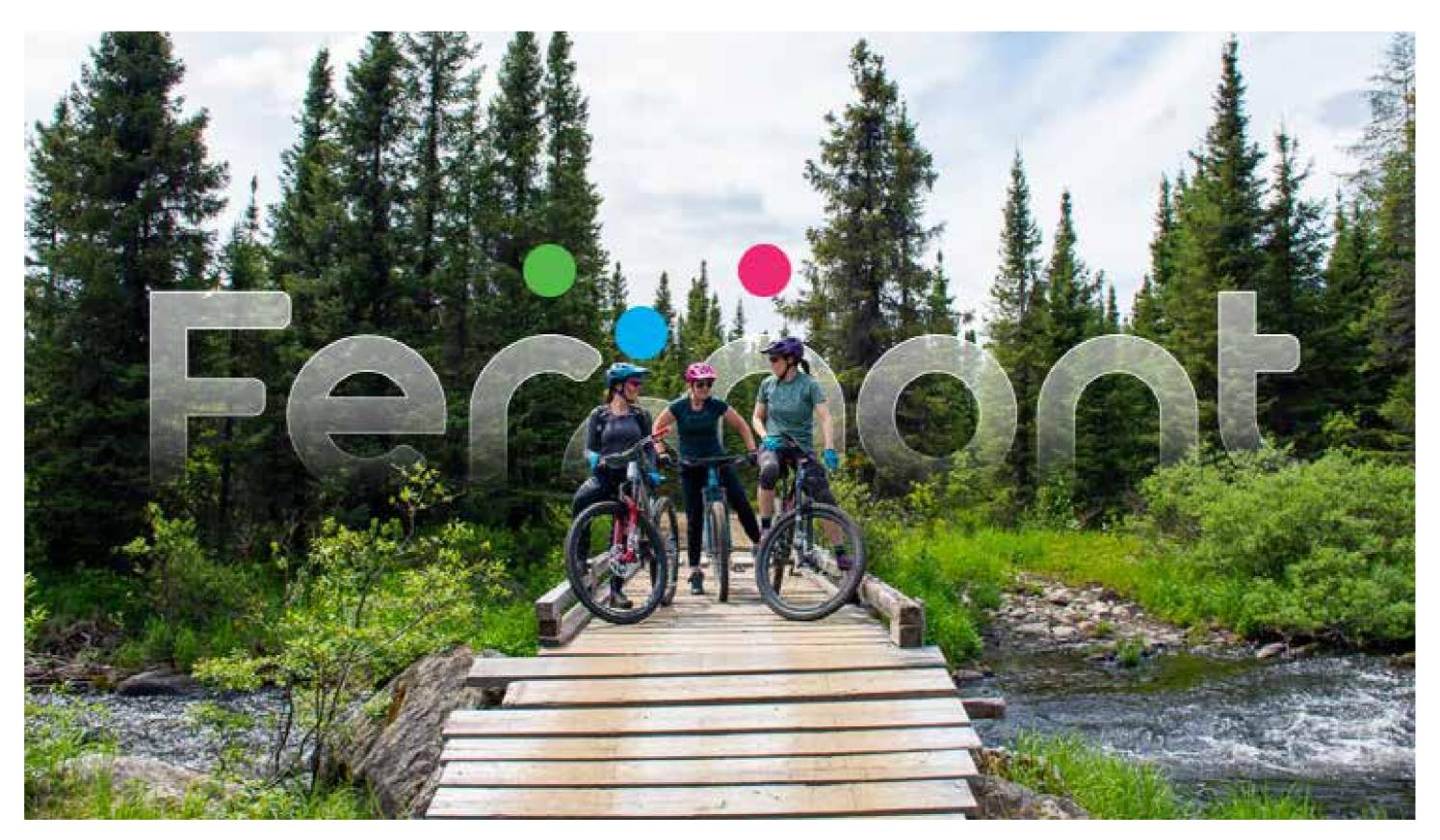
Les mots **chez nous** sont en gras pour insister sur cette notion.

L'incrustation de la marque dans les images

Pour renforcer l'idée de grandeur et d'immensité du territoire, le principe d'incrustation du logotype dans des images de qualité permettra de conférer aux éléments de communication une réelle perception de qualité qui immanquablement influencera la perception de la qualité de vie qu'on peut trouver à Fermont.

L'incrustation est effectuée avec des logiciels tels Photoshop. On recherchera des images de nature, d'une part, mais aussi des images des gens de Fermont, dans leur environnement de famille, de loisir, de travail. Une banque d'images a été construite par la Ville avec l'aide d'artistes photographes de Fermont.

Une série d'images avec incrustation fait partie de la banque d'images et est disponible auprès du service des communications de la Ville sur demande.



L'inscrustation demande une expertise afin d'obtenir l'effet recherché.













La typographie

La typographie est un élément important pour créer une image, un style qui sera reconnu et apprécié par les clientèles de la marque. En suivant ces principes de base, il sera facile de créer des messages qui auront une cohérence entre eux :

- 1. Pour tous les titres, la police de caractères Gilroy sera utilisée en tout temps, en lettres majuscules, afin d'offrir un bon contraste avec le logotype.
- 2. Pour les textes, la police Gilroy sera aussi utilisée dans les imprimés.

Pour l'univers numérique, on pourra utiliser la police Century Gothic, tant pour les textes que les titres.

SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DURABLET À LA QUALITÉ DE LA VIE DE SES HAE TANTES

Offrir une qualité de vie exceptionnelle à nos citoye Fermont, ville minière située au nord du Québec, est en son genre par son sportives, récréatives et culture ainsi que des services sociaux et communautaires, n saires pour réaliser sa vision première :

Le Conseil municipal est heureux de vous accueillir si le site internet de la Ville plateforme de communicat constitue un lien privilégié rapide et efficace pour co

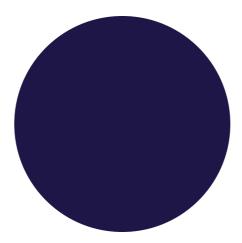
Les couleurs de Fermont

Les couleurs officielles sont celles du logotype. Le bleu nuit peut servir à faire des aplats de couleur et servira de couleur d'appel de la marque.

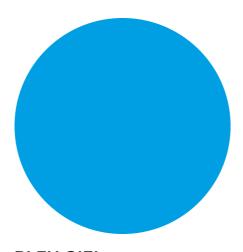
Les couleurs secondaires serviront majoritairement dans la publication de documents comme des horaires d'activités ou dans l'univers numérique pour hiérarchiser l'information ou créer des accents.

Ces mêmes couleurs pourront être utilisées dans les présentations de type PowerPoint pour marquer des sections ou dans les tableaux, graphiques et schémas.

COULEURS OFFICIELLES



BLEU NUIT
Support couché
Pantone® 2765 C
Support non couché
Pantone® 2765 U
Quadrichromie
C 100 M 100 J 39 N 40
Affichage à l'écran
R 30 V 22 B 71
HEX #1E1647



BLEU CIEL
Support couché
Pantone® Process Cyan C
Support non couché
Pantone® Process Cyan U
Quadrichromie
C 100 M O J O N O
Affichage à l'écran
R O V 159 B 227
HEX #009FE3

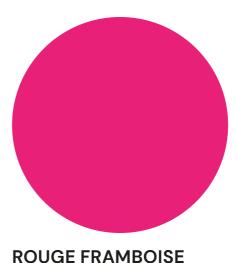


Support couché
Pantone® 361 C

Support non couché
Pantone® 361 U

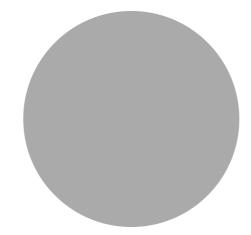
Quadrichromie
C 74 M O J 100 N O

Affichage à l'écran
R 59 V 173 B 45
HEX #3BAD2D



Support couché
Pantone® 213 C
Support non couché
Pantone® 213 U
Quadrichromie
C O M 94 J 15 N O
Affichage à l'écran
R 232 V 32 B 119
HEX #E82077

COULEURS SECONDAIRES



Support couché
Pantone® 422 C
Support non couché
Pantone® 422 U
Quadrichromie
C O M O J O N 42
Affichage à l'écran
R 143 V 143 B 143
HEX #8F8F8F

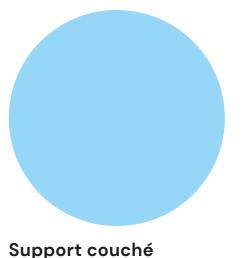


Support couché
Pantone® 663 C

Support non couché
Pantone® 663 U

Quadrichromie
C O M O J O N 8

Affichage à l'écran
R 235 V 235 B 235
HEX #EBEBEB

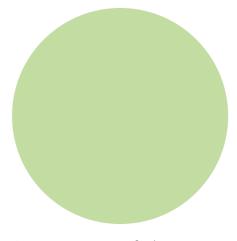


Pantone® 635 C

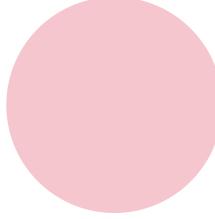
Support non couché
Pantone® 635 U

Quadrichromie
C 44 M O J O N O

Affichage à l'écran
R 143 V 213 B 230
HEX #8FD5E6



Support couché
Pantone® 7486 C
Support non couché
Pantone® 7486 U
Quadrichromie
C 30 M 0 J 47 N 0
Affichage à l'écran
R 179 V 223 B 134
HEX #B3DF86



Support couché
Pantone® 699 C

Support non couché
Pantone® 699 U

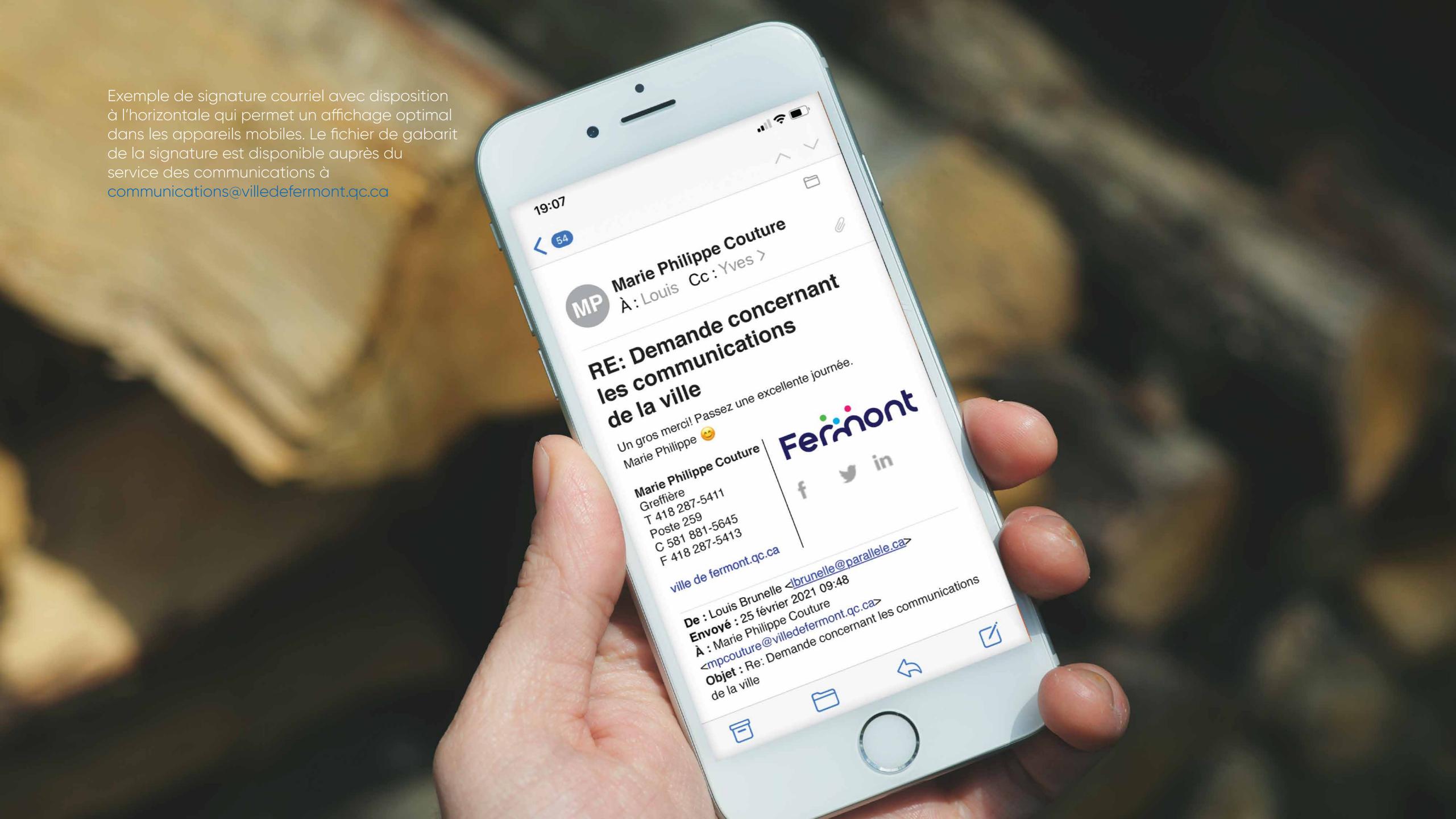
Quadrichromie
C 2 M 30 J 11 N 0

Affichage à l'écran
R 246 V 178 B 192
HEX #F6B2C0

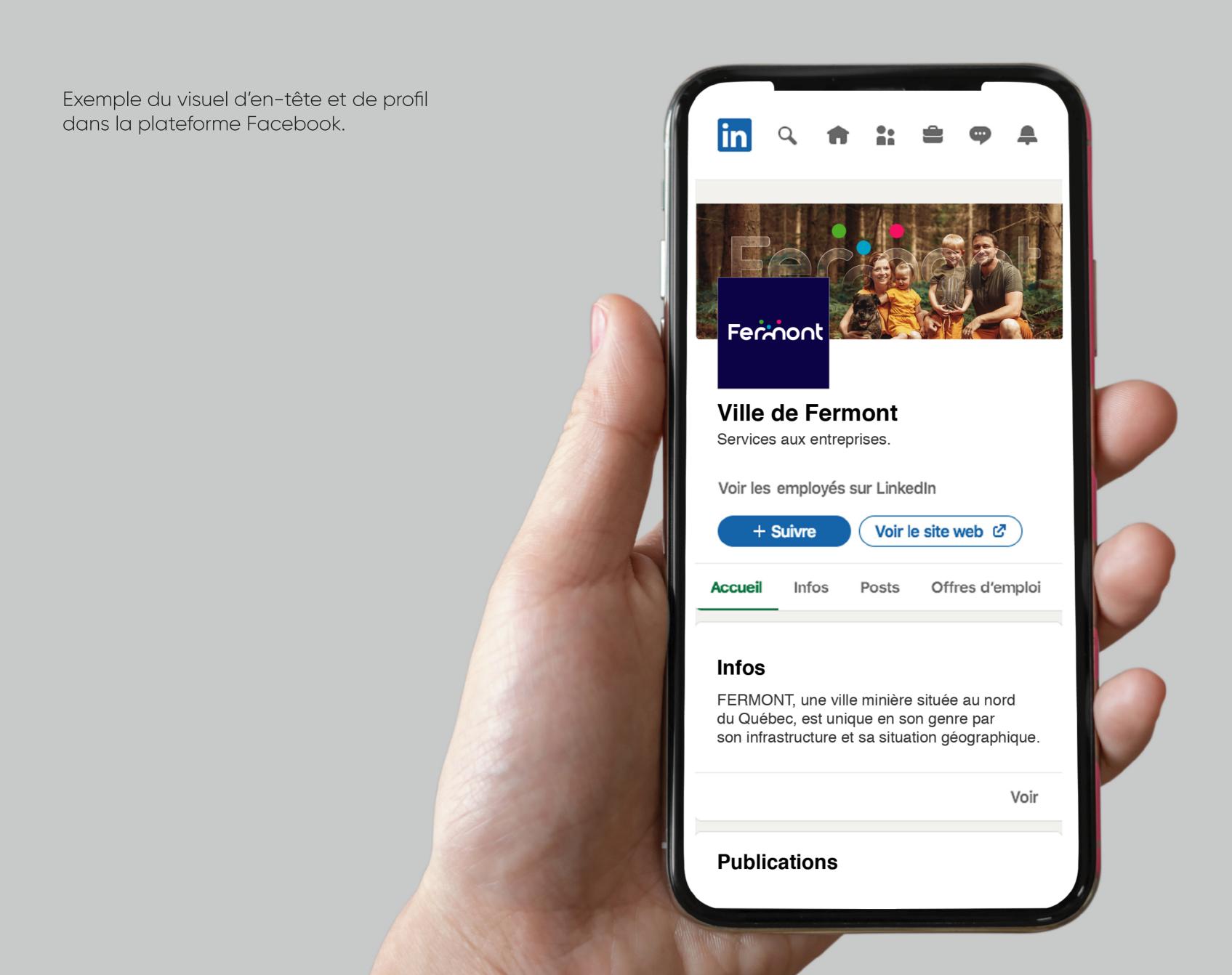
LA MARQUE EN ACTION











Afin de personnaliser vos rencontres de travail sur les plateformes vidéo TEAMS, ZOOM, SKYPE, plusieurs types de fonds d'écran ont été créés. Vous pourrez obtenir la bibliothèque de fonds d'écran auprès du service des communications de la Ville de Fermont.









Pour toute question concernant la création de pièces de communication pour la marque Fermont, contactez le service des communications à communication@villedefermont.qc.ca

