

# Guide de normes d'utilisation de l'identification visuelle



## Saint-Basile- le-Grand



## VÉHICULER UNE IMAGE FORTE, COHÉRENTE ET UNIFORME

La Ville de Saint-Basile-le-Grand a procédé à l'actualisation de son image de marque ainsi qu'à l'élaboration d'un guide de normes d'utilisation de l'identification visuelle. L'objectif de ce dernier est de définir des pratiques claires visant à assurer l'uniformité, la cohérence et le respect des codes graphiques et des règles d'usage du logo. Chacune des règles se doit d'être respectée rigoureusement afin que toute application du logo illustre la Ville de façon claire et appropriée.

Ce guide, à l'usage du Service des communications et des relations avec les citoyens, permet d'orienter le Service dans l'application du logo sur les différents outils de communication mis à leur disposition et les pièces de communication à produire.

### ÉPREUVES ET APPROBATIONS

Ainsi, toute personne, organisme, partenaire ou entreprise désirant utiliser l'image de marque de la Ville de Saint-Basile-le-Grand doit obtenir au préalable le consentement écrit de la Ville avant la reproduction du logo sur quelconque pièce, que ce soit physique ou numérique.

La Ville de Saint-Basile-le-Grand exige des épreuves afin de s'assurer que la reproduction du logo est conforme aux exigences.

Pour obtenir les autorisations nécessaires ou le logo, communiquez avec le Service des communications et des relations avec les citoyens par courriel à [communications@villesblg.ca](mailto:communications@villesblg.ca).

Lorsque véhiculée adéquatement, l'identité visuelle constitue **l'outil de notoriété le plus efficace** favorisant une appropriation tant par les citoyens que par l'administration municipale et les élus.

## LE LOGO

Le nouveau logo incarne l'équilibre et le dynamisme de notre Ville tout en conservant un lien avec l'histoire. Le blason stylisé évoque les montagnes bordées par la rivière Richelieu. Les traits obliques expriment le dynamisme et symbolisent l'environnement agricole. Le bandeau rouge souligne le patrimoine et le rappel de la couleur dominante des armoiries.

La composition graphique globale est une allégorie entre nature et urbanité. La sobriété, les couleurs dynamiques et la simplicité du design s'inspirent de la qualité de l'environnement de notre ville.

La police de caractères, avec son graphisme et ses particularités, se marie parfaitement avec le dessin symbolique du blason.



## LE LOGO ET SES COMPOSANTES

Le logo de Saint-Basile-le-Grand est composé de deux éléments graphiques, soit le symbole (le blason stylisé) et la dénomination (Saint-Basile-le-Grand). Ces deux éléments font partie intégrante du logo et ne doivent en aucun cas être séparés, redessinés ou modifiés.



## LES COULEURS OFFICIELLES

Les couleurs du logo sont inaltérables : elles viennent renforcer la notoriété cognitive de l'image de marque. Le logo doit toujours être reproduit uniquement dans ses couleurs officielles, qu'il soit utilisé en version quatre couleurs ou en version une couleur.

Pour l'impression, les couleurs doivent être reproduites selon les codes définis par le système de normalisation de classements des couleurs Pantone\* ou la quadrichromie (CMJN en français pour cyan, magenta, jaune, noir, ou CMYK en anglais pour cyan, magenta, yellow, key).

Pour les utilisations numériques (PowerPoint, Internet, médias sociaux) sur écrans d'ordinateur et en projection, la référence est le codage informatique de couleurs RVB (rouge, vert, bleu) ou RGB (red, green, blue).

Lorsqu'il est impossible de reproduire le logo avec ses couleurs officielles (version quatre couleurs ou en une couleur), il doit être reproduit en blanc ou en noir.



Logo en quatre couleurs

**PANTONE 540 C**

CMJN: 100, 57, 12, 66  
RVB: 0, 48, 87  
HTML: 003057

**PANTONE 306 C**

CMJN: 75, 0, 5, 0  
RVB: 0, 181, 226  
HTML: 00B5E2

**PANTONE 375 C**

CMJN: 46, 0, 90, 0  
RVB: 151, 215, 0  
HTML: 97D700

**PANTONE 172 C**

CMJN: 0, 73, 87, 0  
RVB: 250, 70, 22  
HTML: FA4616



Logo en une couleur

**PANTONE 540 C**

CMJN: 100, 57, 12, 66  
RVB: 0, 48, 87  
HTML: 003057



Logo en noir

**PANTONE NOIR C**

CMJN: 0, 0, 0, 100  
RVB: 44, 42, 41  
HTML: 2C2A29

\* Pantone TM est une marque déposée de Pantone Inc.

## L'UTILISATION SUR UN FOND DE COULEUR – Fonds pâles

Le logo en quatre couleurs s'utilise principalement sur un fond blanc afin de mettre en valeur ses couleurs et éviter la discordance avec la couleur de fond.

L'application du logo en quatre couleurs sur un fond de couleur pâle doit être faite avec discernement et parcimonie afin d'assurer la mise en valeur des couleurs du logo. Les encres d'impression (numérique et *offset*) étant transparentes, la reproduction du logo en quatre couleurs sur une surface de couleur (exemple : papier ou carton de couleur) risque de modifier les couleurs officielles du logo. Dans ce cas, la version du logo en une couleur (Pantone 540 C) est fortement recommandée.

Lorsque le logo est utilisé sur un fond pâle imprimé (trame de fond ou surface d'encre), ou lorsqu'il est appliqué à l'aide d'un matériel opaque (exemple : peinture ou vinyle) sur une surface pâle, les parties blanches qui le composent doivent demeurer blanches, et ce, même si le fond est pâle.

Pour toute utilisation du logo sur un fond de couleur, vous devez communiquer avec le Service des communications et des relations avec les citoyens pour obtenir la confirmation des bons usages et les autorisations nécessaires.



Logo quatre couleurs principalement utilisé sur un fond blanc



Logo quatre couleurs imprimé sur un papier de couleur pastel



Logo une couleur imprimé sur du carton



Logo quatre couleurs imprimé sur un fond de couleur pâle (imprimé en noir 15 %)



Logo quatre couleurs imprimé sur un fond de couleur pâle (imprimé en cyan 20%)



Logo quatre couleurs en vinyle appliqué sur une surface d'aluminium

## L'UTILISATION SUR UN FOND DE COULEUR – Fonds moyens et foncés

Lorsque le logo est utilisé sur un fond coloré moyen, foncé ou texturé (surface, trame de fond ou photographie), la version en une couleur (Pantone 540 C) ou blanche est celle qu'il faut employer afin de s'assurer d'un contraste suffisant pour obtenir une bonne lisibilité.

Le choix du logo en une couleur ou blanc est une question de jugement afin de s'assurer du meilleur résultat pour la mise en valeur du logo sur la couleur de fond.



Logo une couleur sur un fond de couleur moyen



Logo une couleur sur un fond texturé



Logo une couleur sur un fond de couleur moyen



Logo blanc sur un fond de couleur moyen



Logo blanc sur un fond de couleur foncé



Logo blanc sur une photographie

## LES VERSIONS HORIZONTALE ET VERTICALE

La version horizontale du logo est celle qui doit être utilisée en priorité pour l'ensemble des applications. Une version verticale du logo a été développée pour les utilisations où l'espace horizontal est réduit et ne permet pas de reproduire le logo dans un format qui le met en valeur, sans en réduire l'impact et la lisibilité.

Afin d'assurer la lisibilité du logo, un format minimal a été déterminé pour chacune des versions. Sa largeur ne doit jamais être inférieure à ce format.



Version horizontale en quatre couleurs



Version verticale en quatre couleurs



Taille minimale – 30 mm



Taille minimale – 21 mm



Version horizontale en une couleur



Version verticale en une couleur



Taille minimale – 22 mm



Taille minimale – 15 mm

## LE LOGO AVEC LE SLOGAN

Le slogan (signature) évoque notre vision et notre engagement envers la communauté. Il permet en quelque sorte de communiquer et transmettre les spécificités de notre ville.

Le logo avec le slogan est utilisé en fonction du contexte, généralement sur des pièces de communication promotionnelles et publicitaires ou plus rarement sur des pièces administratives et institutionnelles.

Le slogan s'utilise avec les différentes versions du logo, son alignement et sa position sont inchangeables. Le positionnement du slogan est le seul

élément qui se situe à l'intérieur de la zone de dégagement minimale, car il est indissociable du logo quand il est véhiculé avec ce dernier.

Les différentes versions du logo avec le slogan doivent être reproduites à un format minimal spécifique afin d'assurer la lisibilité et la qualité de reproduction.

Pour toute utilisation du logo avec slogan, vous devez communiquer avec le Service des communications et des relations avec les citoyens pour obtenir la confirmation des bons usages et les autorisations nécessaires.



Version horizontale minimale avec slogan – 47 mm



Version horizontale minimale avec slogan – 47 mm



Version verticale minimale avec slogan – 34 mm



Version verticale minimale avec slogan – 34 mm

## LA ZONE DE DÉGAGEMENT MINIMALE

Le logo doit toujours être protégé par une zone de dégagement minimale définie sur le pourtour afin qu'il demeure bien en évidence et n'entre pas en conflit avec un autre élément visuel tel qu'une illustration, une trame, un filet, du texte, une photo ou autre.

Cet espace de dégagement minimal doit toujours être respecté. L'espace minimum requis sur le pourtour du logo est équivalent à un carré défini

par deux hauteurs de la lettre « e ». Ce carré est projeté tout autour du logo afin de former la zone de dégagement minimale (représentée par les traitillés rouges).



Zone de dégagement minimale autour du logo



Zone de dégagement minimale autour du logo avec slogan



## LA POLICE DE CARACTÈRES TYPOGRAPHIQUES

La typographie est un élément important dans la diffusion d'une image de marque afin que celle-ci soit cohérente et distinctive. Afin d'assurer l'uniformité des différents documents produits, il est recommandé d'utiliser une seule famille de caractères pour l'ensemble des communications de la Ville de Saint-Basile-le-Grand.

Pour nos communications internes courantes (courriel, notes internes, document Word, formulaire, PowerPoint, etc.) et externes (communiqués, lettres, rapports, etc.), la police de caractères officielle est Arial.

Celle-ci est largement répandue et accessible pour l'ensemble du personnel et des collaborateurs de la Ville.

Dans le cas où la police Arial n'est pas disponible, il est recommandé d'utiliser la police de caractères Helvetica.

Réservée à l'usage exclusif du Service des communications et des relations avec les citoyens, la police de caractères Frutiger est celle utilisée pour le bloc signature qui accompagne le logo ainsi que la typographie employée pour la conception des différents outils de communication graphique.

### Arial régulier

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

### Arial condensé régulier

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

### Arial gras

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

### Arial condensé gras

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

### Arial black

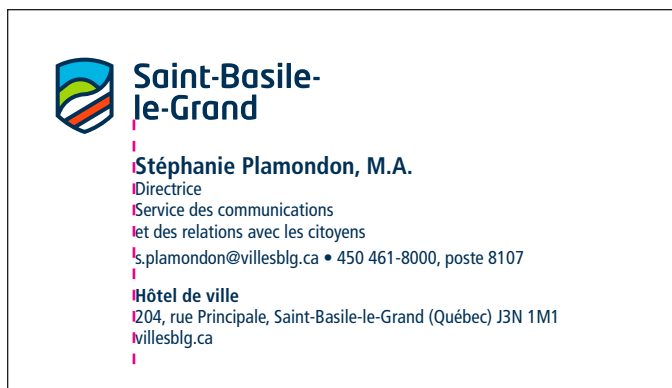
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

## LES GRANDS PRINCIPES D'UTILISATION DU LOGO

La mise en page des différentes pièces de communication est importante pour permettre de véhiculer une image homogène et cohérente. La grille graphique de mise en page s'établit selon le principe suivant pour la majorité des pièces :

1. Utilisation du logo horizontal à prioriser pour l'ensemble des pièces.
2. En cas d'espace restreint en largeur, le logo vertical doit être employé.

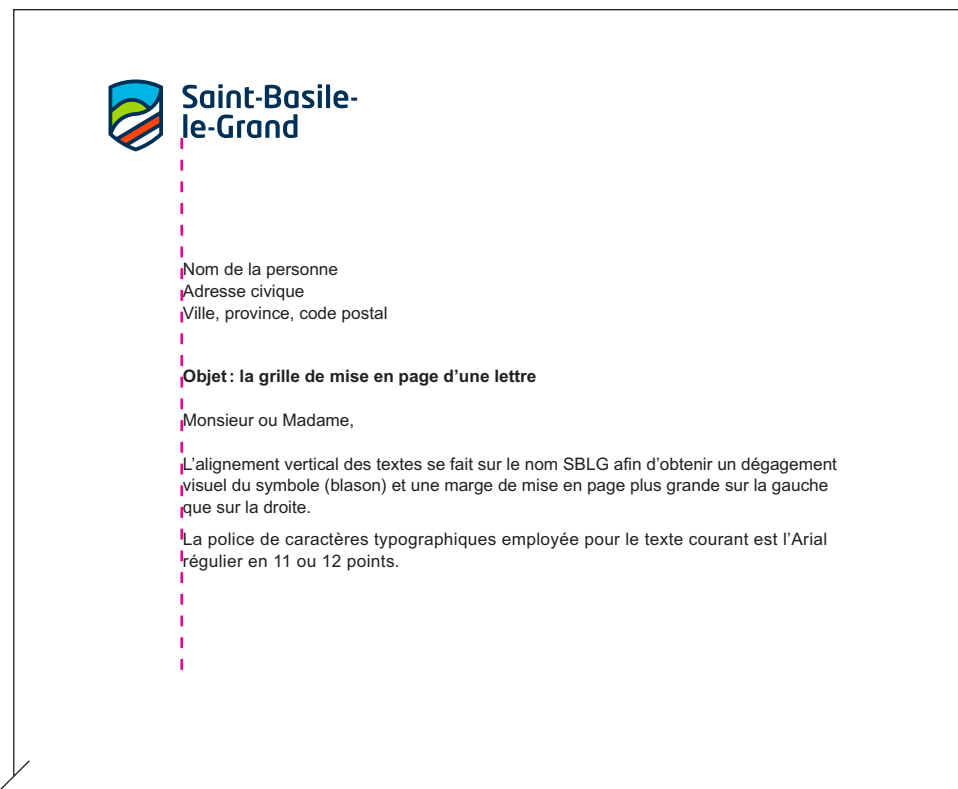
3. L'alignement vertical des textes et de l'information se fait sur le nom (Saint-Basile-le-Grand) afin de dégager le symbole (blason).
4. Le bloc signature (nom, titre, adresse courriel, téléphone, etc.) est composé avec la police de caractères Frutiger condensé.
5. Les textes sont composés avec la police de caractères Arial en 11 ou 12 points.



Exemple carte d'affaires

Bloc signature: Frutiger condensé

Alignement vertical sur le nom Saint-Basile-le-Grand



Exemple en-tête de lettre

Texte courant: Arial

Alignement vertical sur le nom Saint-Basile-le-Grand

## LA SIGNATURE COURRIEL

La signature électronique utilisée par tout le personnel municipal dans les courriels doit être conforme et cohérente afin de créer un sentiment d'unité et fédérer les différents services.

Elle doit apparaître à la fin de chaque message et contenir l'avis de confidentialité.



**Saint-Basile-  
le-Grand**

**Stéphanie Plamondon, M.A.**

Directrice  
Service des communications et des relations avec les citoyens

450 461-8000, poste 8107

**Hôtel de ville**

204, rue Principale, Saint-Basile-le-Grand (Québec) J3N 1M1

villesblg.ca

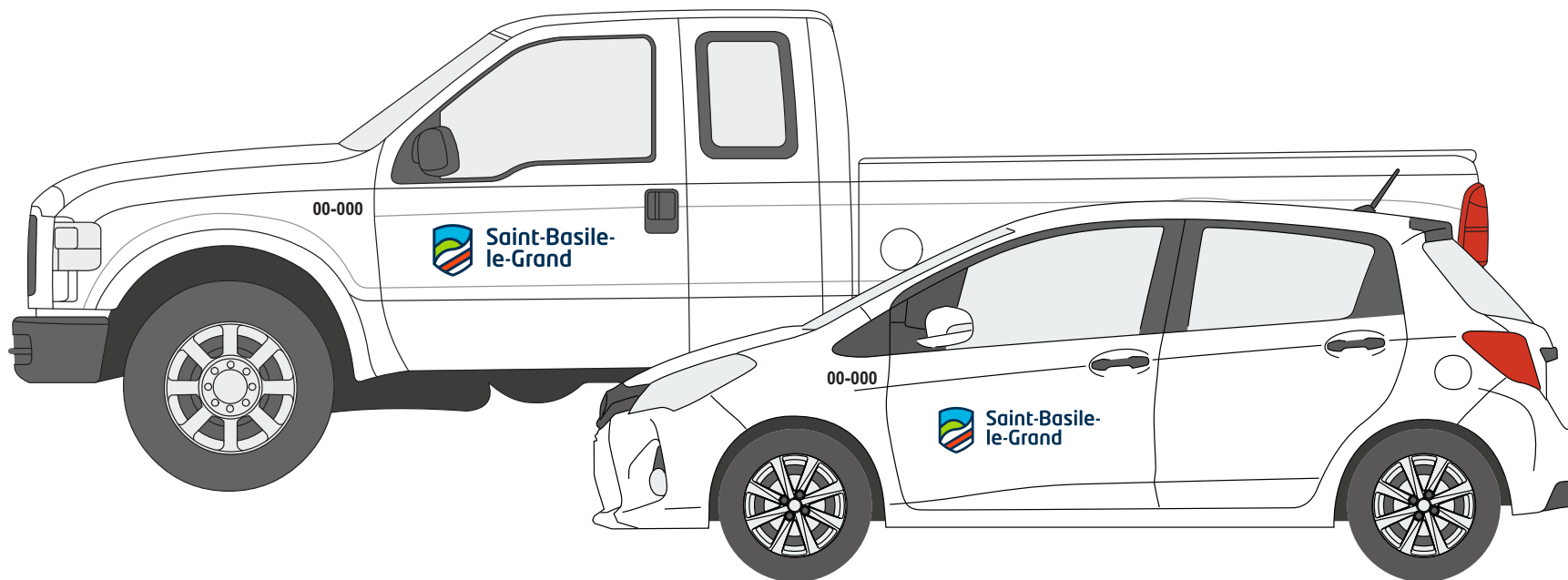
*Avis de confidentialité*

*Ce message ainsi que tout élément joint peut contenir des renseignements confidentiels dont toute diffusion, distribution ou reproduction est interdite. Si vous n'êtes pas le destinataire indiqué, nous vous remercions d'en aviser immédiatement l'expéditeur par téléphone ou par courriel.*

## LES VÉHICULES

L'utilisation de véhicules de couleur blanche est à prioriser afin de s'assurer d'une image de marque cohérente qui met en valeur le logo en quatre couleurs. Le logo est apposé sur la porte du véhicule quand la surface le permet et s'aligne parallèlement avec le sol.

Les composantes du logo (symbole et dénomination) ne doivent pas être interverties, séparées ou modifiées.

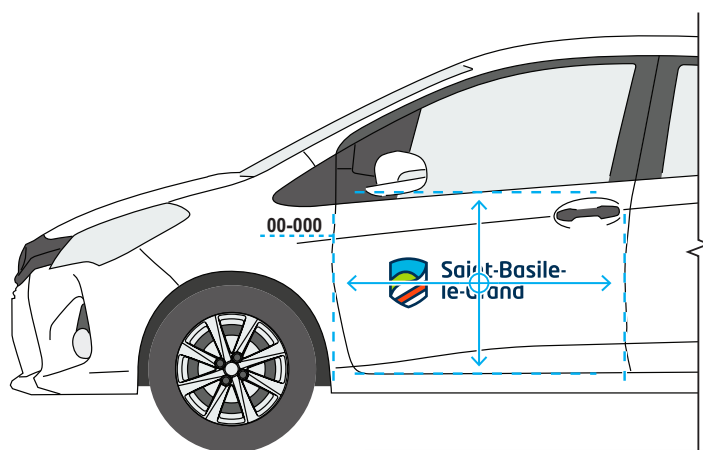


## LES VÉHICULES – Position du logo

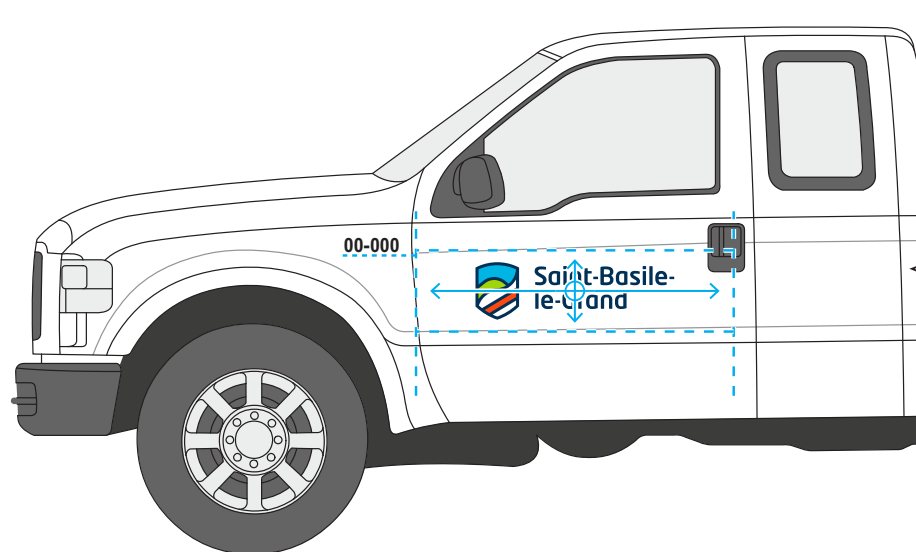
Tous les logos doivent être positionnés parallèlement avec le sol et non en fonction des lignes du dessin de la carrosserie du véhicule.

Le centre du logo est généralement positionné avec le centre de la porte. Selon le modèle de véhicule et son dessin, il faut parfois ajuster visuellement le positionnement de façon optique sur la porte à cause de la poignée, d'un bas de porte noir ou d'un emblème qui peut entrer en conflit avec le logo.

Les numéros des véhicules doivent aussi être positionnés parallèlement avec le sol et placés sur l'aile près de la jonction avec la porte.



Centre du logo aligné avec le centre de la porte.  
Logo et numéro parallèle avec le sol.

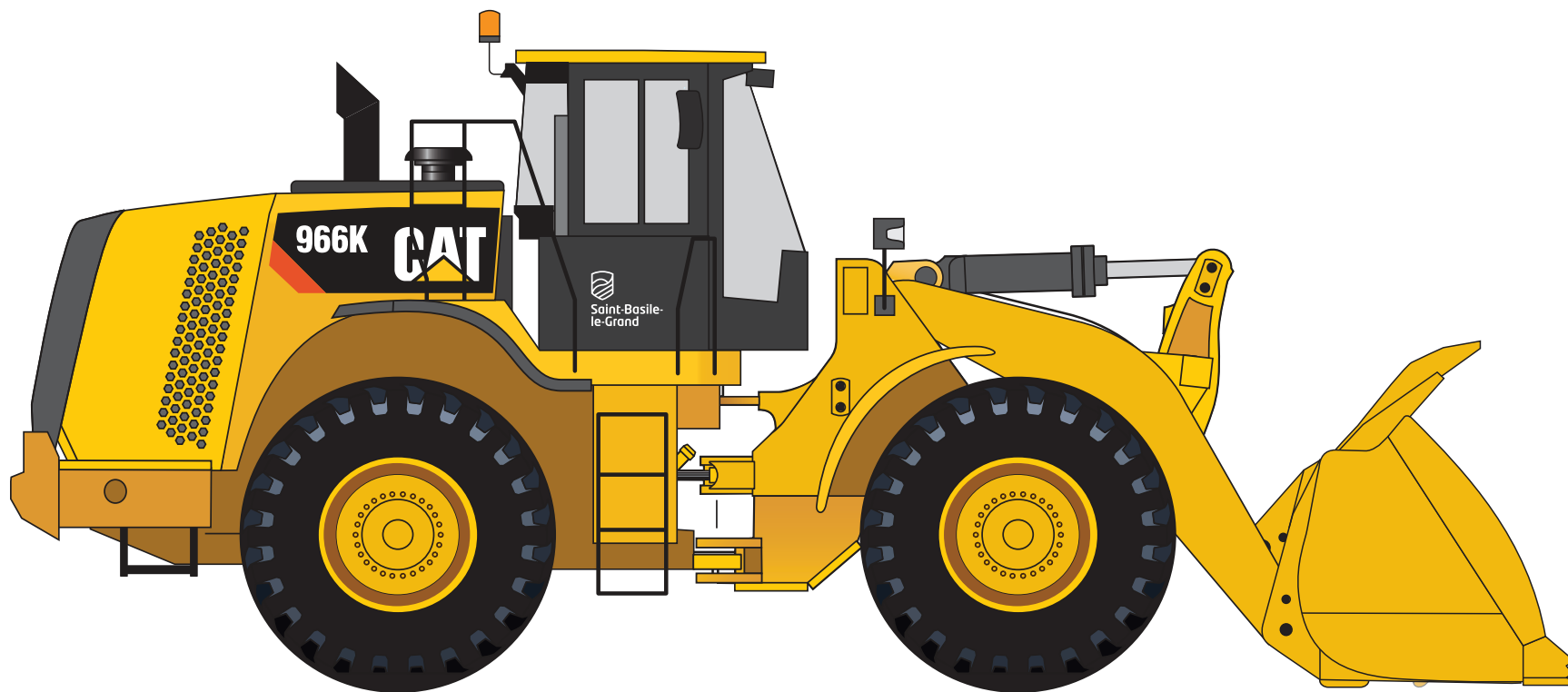


Centre du logo aligné visuellement à la verticale à cause de la poignée.  
Le logo est plus haut que le centre horizontal à cause des lignes du dessin de la carrosserie.  
Logo et numéro parallèle avec le sol.

## LES VÉHICULES – Autres que blancs

Sur les véhicules autres que blancs, il est fortement recommandé d'utiliser le logo en une couleur ou en blanc. Ce dernier est apposé prioritairement sur la porte. Si cet espace ne convient pas, il sera apposé sur une surface qui permet une bonne visibilité et s'aligne parallèlement avec le sol.

Les composantes du logo (symbole et dénomination) ne doivent pas être interverties, séparées ou modifiées, qu'importe l'endroit où le logo est appliqué sur le véhicule.



## LES VÊTEMENTS ET OBJETS PROMOTIONNELS

L'application du logo sur les vêtements et objets promotionnels respecte les normes énoncées dans ce guide. Le logo doit être utilisé sur des produits de qualité et représenté de manière sobre et judicieuse.

Il est recommandé de prioriser les couleurs officielles pour les vêtements et les objets promotionnels afin de renforcer la notoriété cognitive de l'image de marque et de ses couleurs officielles.

Toute application du logo sur des vêtements ou des objets promotionnels se doit d'être approuvée par le Service des communications et des relations avec les citoyens.





**Saint-Basile-  
le-Grand**

**Service des communications et des relations avec les citoyens**

[communications@villesblg.ca](mailto:communications@villesblg.ca)

204, rue Principale, Saint-Basile-le-Grand (Québec) J3N 1M1