



Dernière mise à jour : janvier 2020

Identité et document de marque réalisés par Oasis Communication-Marketing.

LÉGAL

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse erat ex, pulvinar quis urna eu, lacinia pretium lacus. Integer condimentum neque at tortor aliquet odales. Fusce ac mauris vitae justo condimentum cursus. Ut iaculis dolor sed dolor ornare,

CRÉDITS PHOTO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse erat ex, pulvinar quis urna eu, lacinia pretium lacus. Integer. Suspendisse erat ex, pulvinar quisurna eu, lacinia pretium lacus. Integer.

Table des matières

Marque identitaire	4
Les éléments de l'identité	8
Typographies	24
Couleurs	28
Applications de la marque	34

**Marque
identitaire**



CULTIVER L'INSPIRATION.

Écrin réputé de Charlevoix, Baie-Saint-Paul est, depuis des décennies, un berceau d'inspiration. Elle n'a de cesse de s'inventer tout en préservant l'équilibre de la beauté naturelle qui l'entoure.

Baie-Saint-Paul, c'est d'abord une baie, une courbe majestueuse qui offre en continu un spectacle unique à ses habitants. Mais contemplation ne veut pas dire inertie. Tout le monde ici prend part à sa beauté, la ville nous pousse à nous réaliser et à faire fructifier ce que la nature nous offre. Baie-Saint-Paul cherche sans cesse un équilibre pour conserver à tout prix une vie saine et respectueuse de son environnement.

La nature de Baie-Saint-Paul forge des entrepreneurs créateurs et des citoyens impliqués pour qui la collégialité est une valeur importante, une force. Faire fructifier, échanger, apprendre.

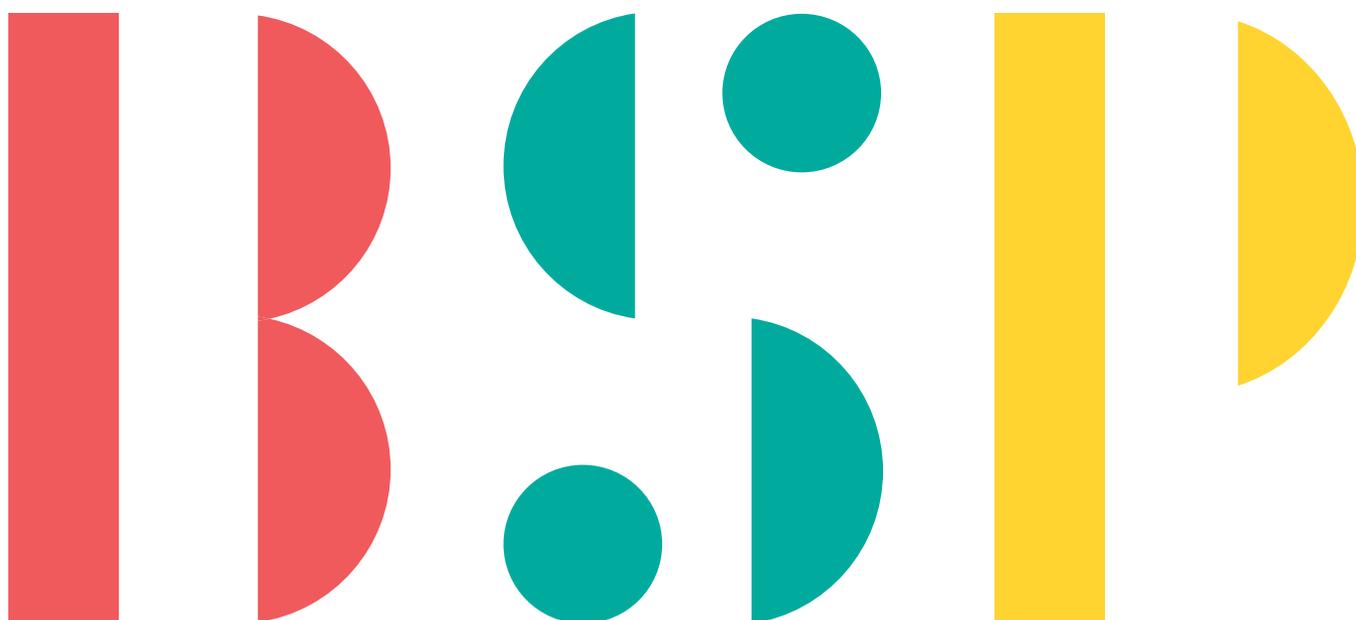
Baie-Saint-Paul est devenue ainsi un symbole fort d'un nouveau mode de vie au Québec. Celui d'une réelle conscience de la notion de développement durable, créant ainsi de véritables éco-citoyens, pour qui vie humaine et écosystèmes sont intimement liés pour apprécier une vie spectaculaire.

Les éléments de l'identité



Le logotype

Par ses formes simples et ludiques, ses couleurs lumineuses et contrastantes, le logo de la Ville de Baie-Saint-Paul possède une force de caractère, tout en conservant un côté chaleureux. Le logo se décline en trois versions afin qu'il soit polyvalent dans une grande variété de designs et de contextes.





Primaire (horizontale)

C'est le logotype principal, celui-ci doit être privilégié en tout temps.

Secondaire (verticale)

Cette déclinaison doit être choisie uniquement dans les cas où il est impossible d'utiliser la version primaire du logo.



Tertiaire (acronyme)

Cette option se veut complémentaire aux versions horizontales et verticales. Il est proscrit de l'utiliser seule et sans contexte. À utiliser seulement si le nom complet de la ville se retrouve dans l'environnement immédiat de l'acronyme.



Logo principal



BSP Ville de
Baie-Saint-Paul

BSP Ville de
Baie-Saint-Paul

Logo vertical



Ville de
Baie-Saint-Paul

BSP

Ville de
Baie-Saint-Paul

BSP

Ville de
Baie-Saint-Paul

Logo acronyme



Le logo acronyme joue aussi le rôle d'élément graphique de marque. Il est permis de faire déborder le logo acronyme du cadre comme dans l'exemple ci-dessous.
À noter qu'il est accompagné du logo principal pour une bonne identification de la marque.



Logo sur fond de couleur



Sur un fond de couleur, la couleur de la lettre correspondante au fond doit être changée pour du blanc. Le même principe s'applique pour la version verticale et l'acronyme.



Zone de dégagement du logo

La zone de dégagement doit, dans tous les cas, être respectée. Elle permet à l'image de marque de se démarquer dans l'espace et face aux différents éléments qui peuvent l'entourer. Le dégagement doit être au moins la moitié de la hauteur de l'acronyme.



Taille minimale

Le logo doit toujours respecter une grandeur minimale afin d'être lisible sur les différents supports. Les grandeurs minimales des trois types de logo sont présentées ci-dessous.



30 mm
85 px



17 mm
50 px



12 mm
35 px



4 mm
10 px

Usage sur image

Contraste avant tout

Lorsque placé sur fond photographique, il est important d'assurer une bonne lisibilité du logo. Il faut donc choisir des photos visuellement neutres et une couleur de logo venant bien contraster avec les couleurs de la photographie.



Ajout d'effets

Il est possible d'ajouter de légers effets au logo afin de le faire ressortir de son environnement. Par contre, il faut s'assurer que ces effets sont légers et nécessaires, et qu'ils n'altèrent pas le logo (qualité, lisibilité, compréhension).



Manipulations proscrites

Modifier l'angle



Rempalcer les polices



Modifier les proportions



Étirer ou compresser



Modifier les couleurs

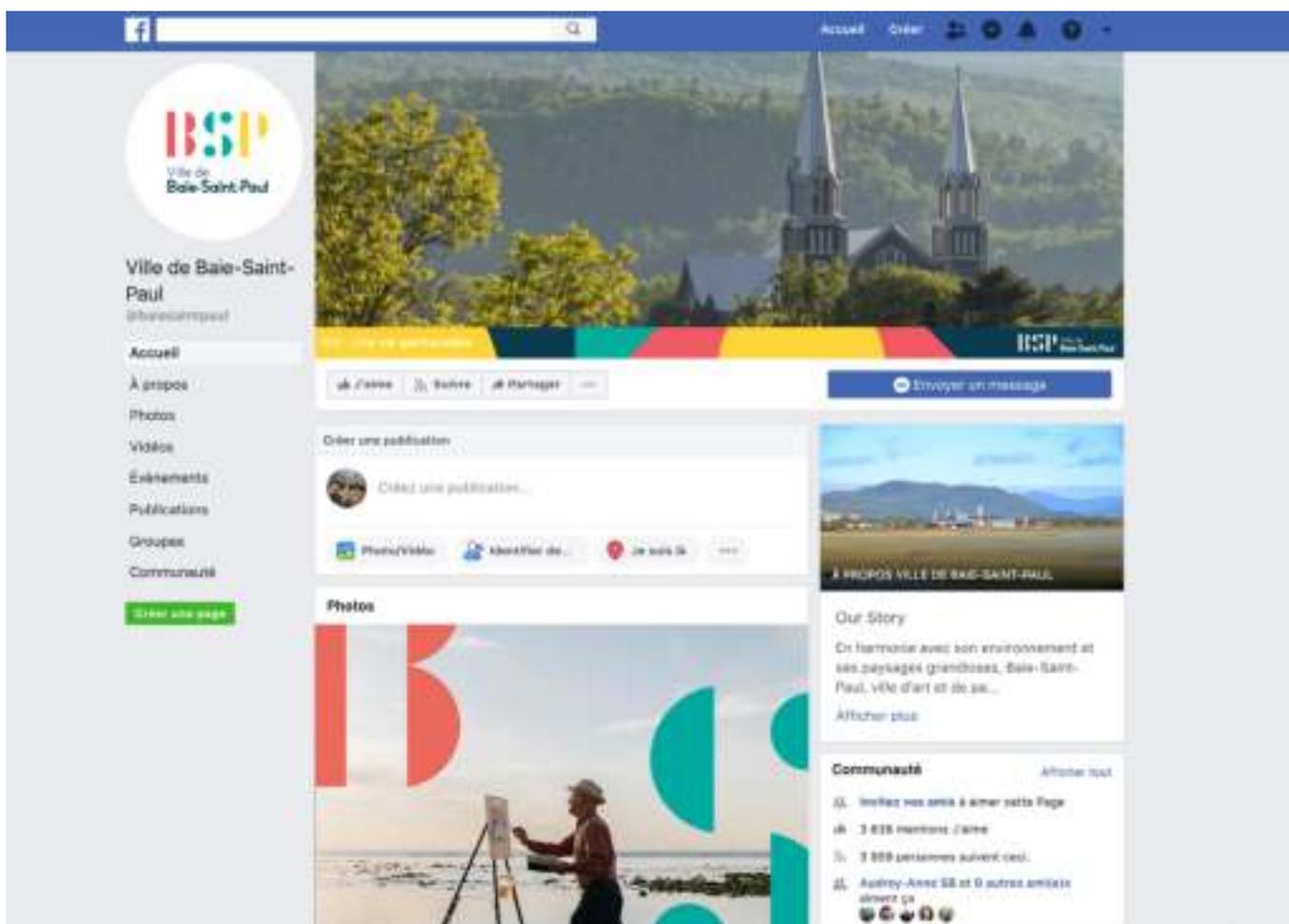


Ajouter des effets



Usage sur le web

Utiliser le logo vertical lorsque l'espace du logo est vertical ou carré. Comme sur la photo de profil Facebook par ci-dessous.



Typographies



Typographie de titres

Titres principaux | Imprimé

La typographie Planeta a été choisie pour les titres principaux. N'étant pas adaptée pour les longs paragraphes de texte, elle doit être utilisée seulement pour les titres principaux, comme sur la couverture d'un dépliant ou d'un magazine.

Sur le web la typographie Montserrat doit être utilisée.

Planeta

Ab

**Lorem ipsum
 sit amet consectetur**

Sous-titres et texte courant | Web

DM Sans

Ab

**Lorem ipsum
 sit amet consectetur**

Typographie secondaire

Sous-titres et texte courant | Imprimé

La typographie utilisée pour les sous-titres ainsi que pour les textes courants est TT Commons. Cette police est très polyvalente, car elle possède une très grande variété de graisses. Elle est aussi bien adaptée pour les longs paragraphes de texte.

Sur le web la typographie DM Sans doit être utilisée.

TT Commons

A b

Lorem ipsum sit amet

Tiataturem nos etur, id eostrum rereptia pratur sandip-sam aut etur. Pa volum ate dolum et doluptati omnia do-lore plic temo blatia conserf eribus

Citatus ese possit quam nimustrum latemposti solorehenet offic tet autese ut quatus incid utem voloruptat ex eicabo. Et eos inctempos escieni hillent veligen ihilluptat la est voluptat Doloris ab ipis sunt fuga. Bea vent vellaborpos aut arumquatur. Quidem ress imi, sincto bla qui dollest quid que ex et, eliquidita as expero expedisquam.

Sous-titres et texte courant | Web

DM Sans

A b

Lorem ipsum sit amet

Tiataturem nos etur, id eostrum rereptia pratur san-dipsam aut etur. Pa volum ate dolum et doluptati omnia dolore plic temo blatia conserf eribus

Citatus ese possit quam nimustrum latemposti solorehenet offic tet au-tesed ut quatus incid utem voloruptat ex eicabo. Et eos inctempos es-cieni hillent veligen ihilluptat la est voluptat Doloris ab ipis sunt fuga. Bea vent vellaborpos aut arumquatur. Quidem ress imi, sincto bla qui dollest quid que ex et, eliquidita as expero expedisquam.

Couleurs



Couleurs

Couleurs principales

La palette de couleurs principales est composée de 4 nuances offrant des combinaisons de couleurs très contrastées. Ces 4 couleurs sont à privilégier pour les compositions de formes géométriques, pour les aplats de couleurs, les titres et les appels à l'action.



Pantone 129C

CMYK : 0, 15, 90, 0

RGB : 246, 212, 69

Web : #F6D445



Pantone 178C

CMYK : 0, 80, 58, 0

RGB : 229, 90, 90

Web : #E55A5A



Pantone 326C

CMYK : 95, 0, 49, 0

RGB : 50, 170, 157

Web : #32aa9d



Pantone 534C

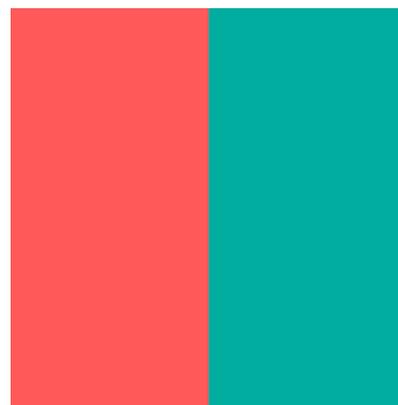
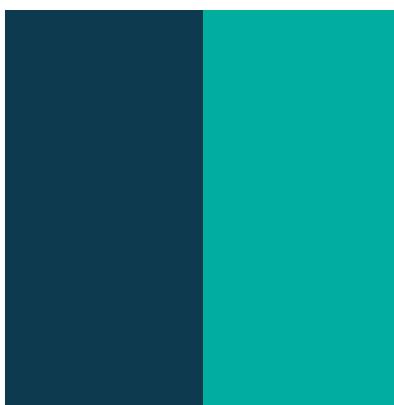
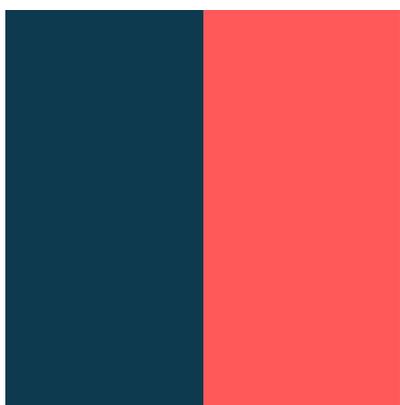
CMYK : 95, 70, 45, 40

RGB : 38, 61, 80

Web : #263D50

Associations

Ormis pour les jeux de formes géométriques, l'association des couleurs principales doit rester simple. Privilégier les associations de deux couleurs seulement est impératif afin de garder un design harmonieux. Pour ajouter une 3^e couleur, envisagez l'une des couleurs secondaires de la page suivante.

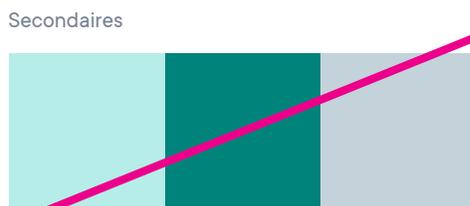
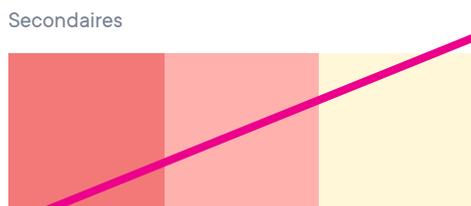
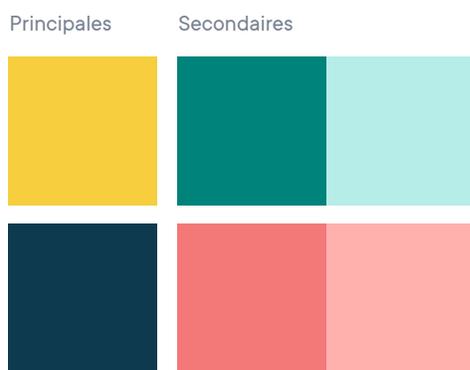
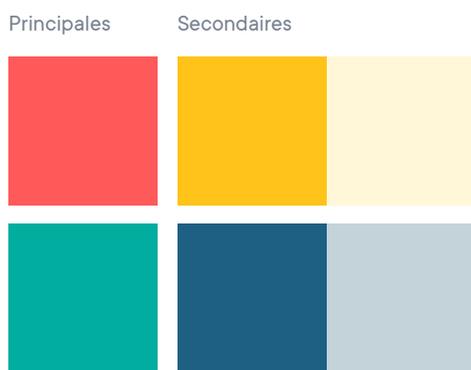
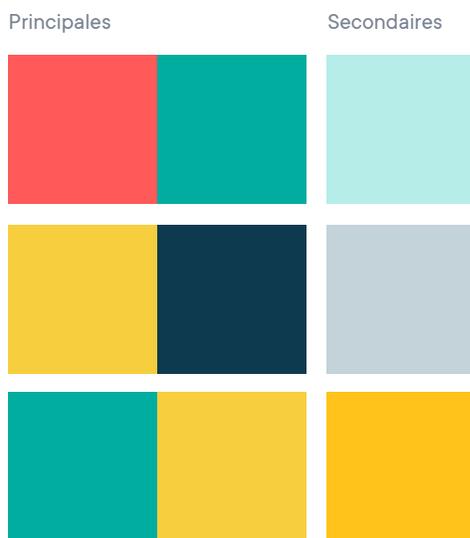
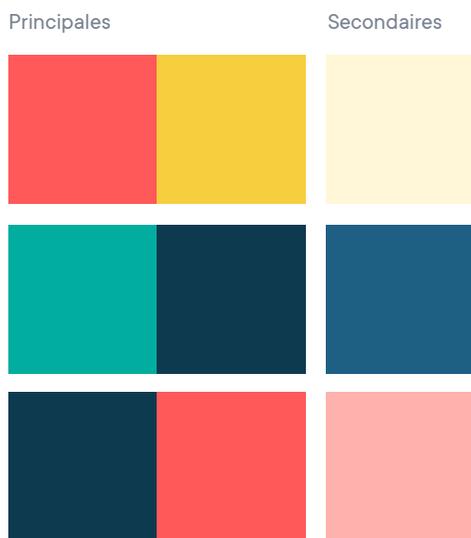


Couleurs

Couleurs secondaires

Selon le principe du contraste de qualité, 2 nuances ont été développées pour chaque couleur principale. Cela donne lieu à un éventail de couleurs plus étendu, tout en conservant une familiarité avec la famille de couleurs de base. Les 8 couleurs ainsi créées permettent une plus grande flexibilité dans le design.

Attention de ne pas utiliser exclusivement des couleurs secondaires lors des associations.



CMYK : 0, 15, 90, 0 RGB : 246, 212, 69 Web : #F6D445

CMYK : 0, 2, 16, 0 RGB : 254, 247, 218 Web : #FEF7DA

CMYK : 1, 37, 100, 0 RGB : 229, 169, 49 Web : #E5A931

CMYK : 0, 80, 58, 0 RGB : 229, 90, 90 Web : #E55A5A

CMYK : 0, 38, 20, 0 RGB : 229, 173, 173 Web : #E5ADAD

CMYK : 0, 66, 42, 0 RGB : 216, 121, 121 Web : #D87979

CMYK : 95, 0, 49, 0 RGB : 50, 170, 157 Web : #32aa9d

CMYK : 92, 27, 56, 7 RGB : 61, 131, 123 Web : #3D837B

CMYK : 26, 0, 11, 0 RGB : 198, 226, 226 Web : #C6E2E2

CMYK : 95, 70, 45, 40 RGB : 38, 61, 80 Web : #263D50

CMYK : 90, 58, 30, 9 RGB : 62, 98, 130 Web : #3E6282

CMYK : 22, 10, 9, 0 RGB : 200, 210, 218 Web : #C8D2DA

Applications de la marque



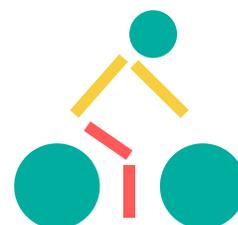
Créez votre Baie-Saint-Paul

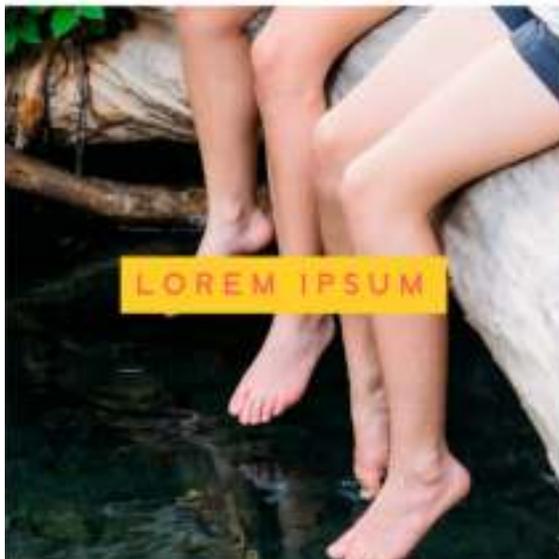
Un logo que tous peuvent s'approprier

Si BSP est une terre de tous les possibles, son logo doit lui aussi évoquer la multitude d'opportunités créatives qu'elle offre.

Le logo reflète cette particularité, il peut être modulé d'une infinité de façons, tel les pièces d'un jeu de «Lego».

Privilégiez les couleurs principales pour la création de l'iconographie. Ces exemples sont à titre indicatif afin de montrer l'étendue des possibilités que les formes du logo nous permettent.





**S'approprier
la marque**

Coffre à outils

Pour que tous les acteurs d'un milieu puissent communiquer d'une seule et même voix, ils doivent parler le même langage. Étant donné la multitude de marques cohabitant à BSP, nous devons développer une marque parapluie qui s'intégrerait naturellement dans l'écosystème déjà en place de la ville.

Un coffre à outil a été développé pour s'assurer du bon déploiement de la marque. Voici quelques exemples de l'utilisation des éléments graphiques lorsque la marque BSP cohabite avec un partenaire.



18-21 MAI 2019

LE FESTIF!

**GOGOL BORDELLO CHROME0
LES TROIS ACCORDS MARJO
VULGAIRES MACHINS**

DEAD OBIES FOUKI SAFIA MOJIB ARIANE MOFFATT
LUC DE LAROCHELLE LES HÔTESSES D'OPÉRA OPÉRA ROCK
ALEXANDRA STRELSKI DUMAS DANHEN BOBITALLE
QUÉBEC REDNICK BLUEGRASS PROJECT LES LOIRANGES
GRIMSKÖNK ANONYMOUS STEPHANE BOULAY
LYDIA KOPYNSKI YELAIN PINGKORIN DUALITE MOTEL ET INVITÉS
ZACH ZOYA ROBERT WELDON THE LE COYOTE

MAISONNARI D'INSTRUMENTS DANIEL JONAS DUBO LA PÊCHE AVEC BRASS DE LIQUOR
JESUS AND COMPANY THOMAS GUYON BLISSFULL BOU & THE DISCOGRAPHY
L'ARCADE LANE JONAS DE CASABLANCA THE BONES BOVA AU W&O GARDIENS
TALAMON MARINA VIEUX BRASCHERES ZORRO SARRASIN PIERRE L'AMBI
SARA SERRAVALLO TULLI SPY ALDO BORGIA TANAKI DUFFY PEG

QUESTO È UNO SPETTACOLO DI UNO SPAZIO DI RICERCA E DI UNO SPAZIO DI
MUSICI E DI UNO SPAZIO DI UNO SPAZIO DI UNO SPAZIO DI UNO SPAZIO
DEI CANTANTI PER UNO SPAZIO DI UNO SPAZIO DI UNO SPAZIO DI UNO SPAZIO
MAGNIFICI E DI UNO SPAZIO DI UNO SPAZIO DI UNO SPAZIO DI UNO SPAZIO
THEY & CATO KURT ET DANIELA SPICCIANO LA ROSTA DANIELA SPICCIANO
LUIGI DANIELA SPICCIANO LUIGI DANIELA SPICCIANO LUIGI DANIELA SPICCIANO

#JAIHATEAUFESTIF

10

LEPSTIC.CA

BSP Ville de Baie-Saint-Paul

MARCHÉ DE Noël

VILLE DE BAIE-SAINT-PAUL
DU 18 AU 21 MAI 2019
à 10 heures

BSP Ville de Baie-Saint-Paul

ACCÈS GRATUIT
AU MACBSP DU
17 AU 21 MAI

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN
DE BAIE-SAINT-PAUL

Le Musée en fête!

UNE PLÉIADE D'ACTIVITÉS OFFERTES GRATUITEMENT POUR TOUTE LA FAMILLE!

BSP Ville de Baie-Saint-Paul

**CUISINE
CINÉMA
à CONFIDENCES**

8-9-10
NOVEMBRE
BAIE-SAINT-PAUL 2019

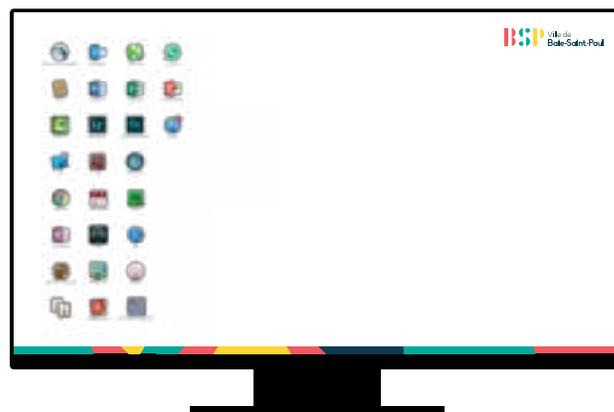
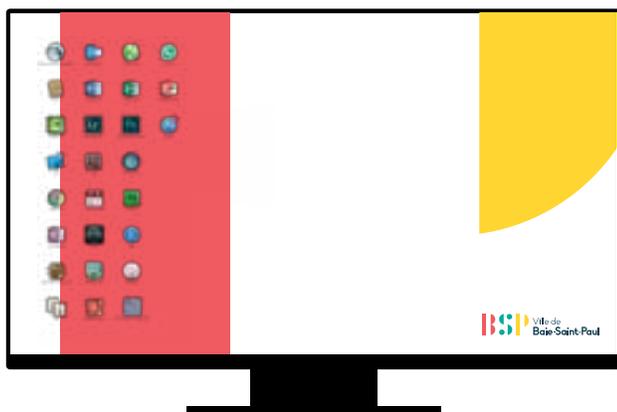
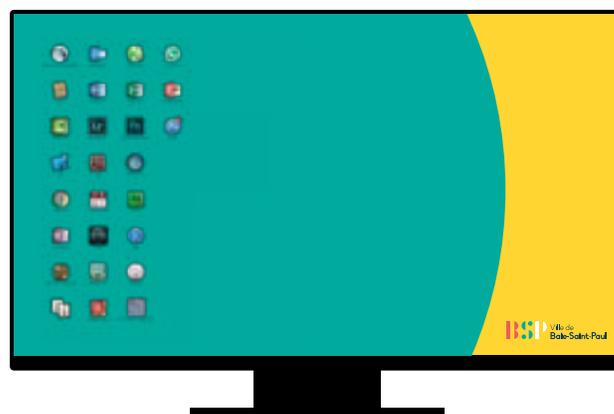
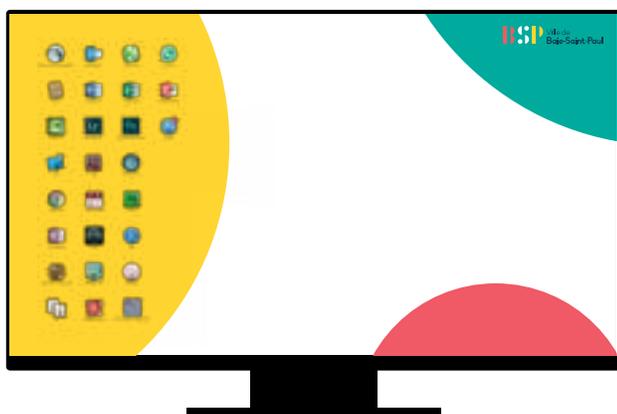
PRÉSENTÉ EN PARTENARIAT AVEC LE MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE BAIE-SAINT-PAUL
CARTES INVITÉS D'HONNEUR : JACQUES JARRETT — PIERRE-PAROLE — CHRISTIAN BÉGIN
CARTES INVITÉS : JACQUES JARRETT — PIERRE-PAROLE — CHRISTIAN BÉGIN
PREMIER LEVON HARRIS — ANNE MARIE — JACQUES JARRETT
www.musee-art-contemporain-baie-saint-paul.com

BSP Ville de Baie-Saint-Paul

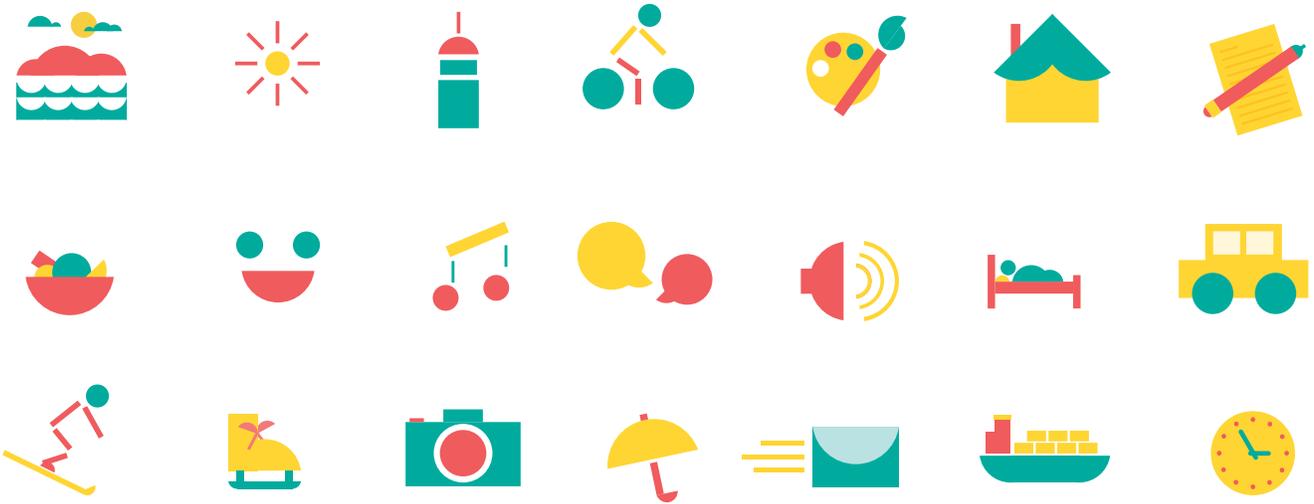
Coffre à outils

Voici d'autres éléments tiré du coffre à outils.

Fonds d'écrans



Iconographies



Illustration



Exemples d'applications de la marque

Voici quelques éléments de déclinaisons de la marque. Ceux-ci n'ont pas tous été produits. Quelques-uns sont seulement utilisés pour bien comprendre l'univers graphique de la marque.



12.01.2022
12.01.2022
12.01.2022

Informationen zu den verschiedenen Möglichkeiten der Unterstützung der Sozialprojekte der Bank für Sozialprojekte sind im Anhang des Geschäftsberichts 2021/2022 zu finden. Die Bank für Sozialprojekte ist eine gemeinnützige Organisation, die sich für die Unterstützung sozialer Projekte einsetzt. Die Bank für Sozialprojekte ist eine gemeinnützige Organisation, die sich für die Unterstützung sozialer Projekte einsetzt.

Informationen zu den verschiedenen Möglichkeiten der Unterstützung der Sozialprojekte der Bank für Sozialprojekte sind im Anhang des Geschäftsberichts 2021/2022 zu finden. Die Bank für Sozialprojekte ist eine gemeinnützige Organisation, die sich für die Unterstützung sozialer Projekte einsetzt.

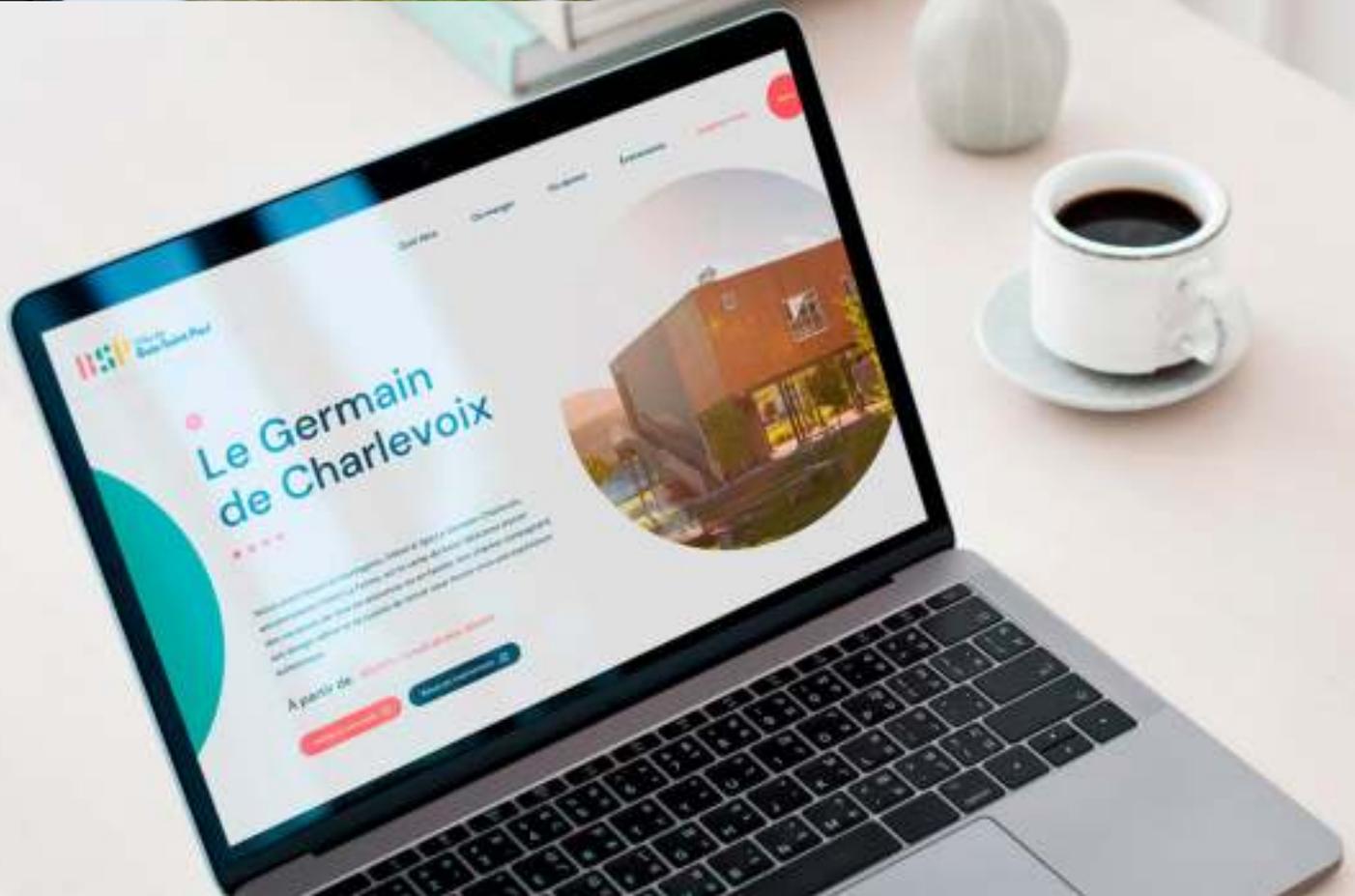
Informationen zu den verschiedenen Möglichkeiten der Unterstützung der Sozialprojekte der Bank für Sozialprojekte sind im Anhang des Geschäftsberichts 2021/2022 zu finden. Die Bank für Sozialprojekte ist eine gemeinnützige Organisation, die sich für die Unterstützung sozialer Projekte einsetzt.

Informationen zu den verschiedenen Möglichkeiten der Unterstützung der Sozialprojekte der Bank für Sozialprojekte sind im Anhang des Geschäftsberichts 2021/2022 zu finden. Die Bank für Sozialprojekte ist eine gemeinnützige Organisation, die sich für die Unterstützung sozialer Projekte einsetzt.


12.01.2022
12.01.2022











Déclinaisons connexes de la marque

Événement Rendez-vous de la santé

Éléments de déclinaisons.

Flyers

Logo: Prioriser l'utilisation du logo standard lors de visuel horizontal.

Image: Intégration des images dans les formes du logo.

Typographie: TT Commons



Affiche

Logo: Prioriser l'utilisation de ce logo lors de visuel vertical..

Image: Intégration des images dans les formes du logo.

Typographie: TT Commons



Roll-up / Oriflamme

Logo: Prioriser l'utilisation de ce logo lors de visuel vertical.

Image: Intégration des images dans les formes du logo.

Typographie: TT Commons

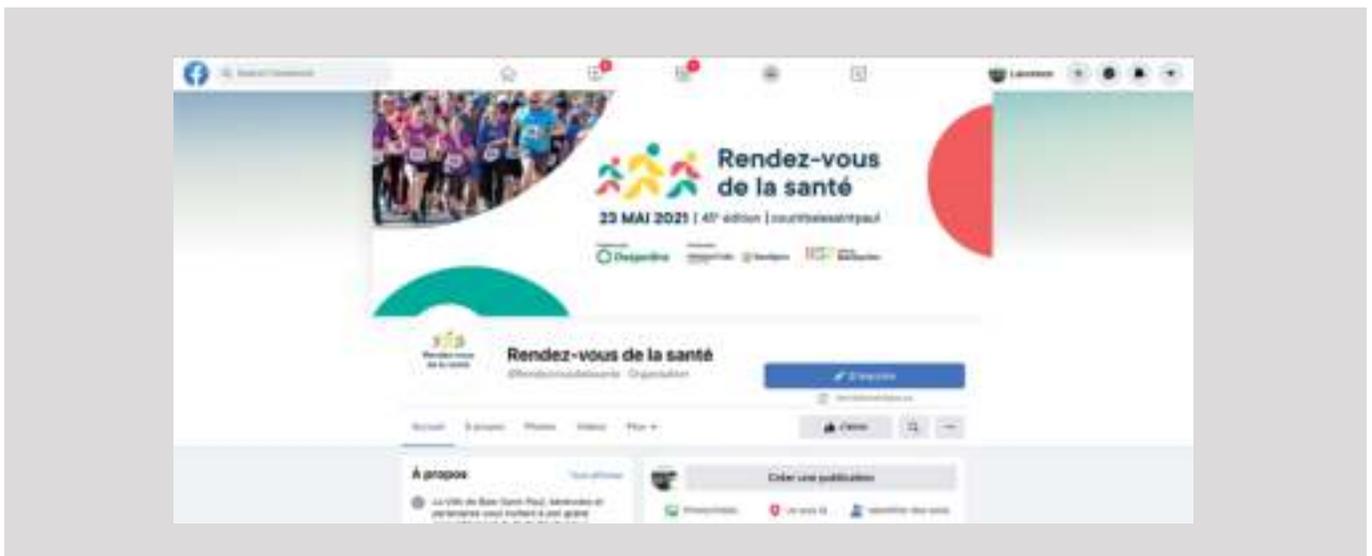


Bannière / Facebook

Logo: Prioriser l'utilisation du logo standard lors de visuel horizontal.

Image: Intégration des images dans les formes du logo.

Typographie: TT Commons



Chandails

Logo RDVS prédominant
Logo BSP sur la manche
Logo Desjardins sur la manche



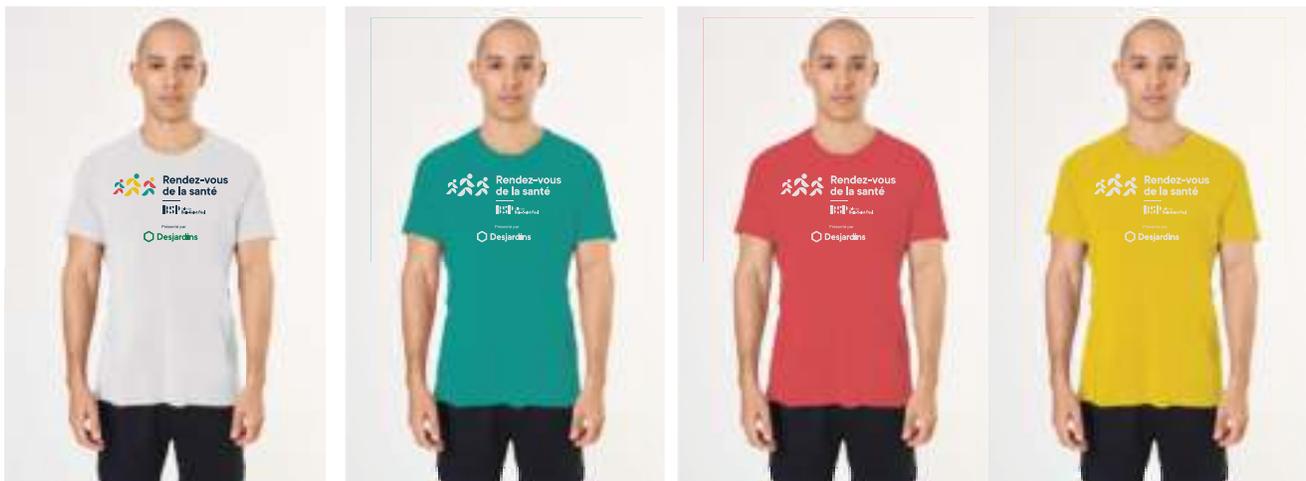
Logo RDVS prédominant
Logo BSP sur la manche
Logo Desjardins en dessous



Logo RDVS prédominant
Logo BSP en dessous
Logo Desjardins en dessous



Logo RDVS standard, incluant le logo BSP
Logo Desjardins en dessous



Accessoires



Références & questions

Pour toutes questions liées à ce document ou au compte de la Ville de Baie-Saint-Paul, veuillez vous adresser directement à l'agence en charge du projet, à savoir Oasis Communication-Marketing ou à la directrice du compte, Claudia McNicoll.

Claudia McNicoll.

Directrice de compte / Oasis Communication-Marketing
c.mnicoll@oasiscommunication.ca
(418) 635-1333, poste #2

Vincent Pelletier

Directeur artistique / Oasis Communication-Marketing
v.pelletier@oasiscommunication.ca
(581) 997-2540

