

CiViSiS

Guide de normes graphiques





Introduction de marque	03	La carte citoyen	16
Le logotype	05	Guide de campagne : quelques applications	17
La disposition	07	Déploiement sur les réseaux sociaux	18
La marge de protection	08	Affiches grand format - 8 x 4	19
Les couleurs	09	Publicité journal	20
Utilisation des couleurs tramés	10	Oriflamme	21
La typographie	11	Drapeau publicitaire	22
Les éléments graphiques	12	Bannière	23
Utilisation des éléments graphiques sur une photo	13	Signature courriel	24
Les pictogrammes	14	Applications interdites	25
Utilisation de Civis avec les logos partenaires	15	Questions et approbations	26
		Remerciements	27

Introduction de marque

Un virage à trois, dans la ville intelligente, se doit d'avoir une image agissant comme un repère dans l'espace physique et numérique.

Ce que nous avons imaginé, avec un symbole fort de l'information... avec un grand « i »... et même avec le point sur le « i »!

Civis, citoyen en latin, la langue des érudits.

Par le biais des deux « i » qui se regardent, une silhouette prend vie et la dimension humaine se révèle. Le tout, entre le « V » qui unit les forces vives sur un grand livre ouvert, celui de la bibliothèque intermunicipale Rina-Lasnier.

À travers notre réalisation, l'humain se trouve donc au cœur de nos actions. Il est le point de départ et le point d'arrivée. Le cercle évoque la relation et la synergie, comme un symbole d'unité et d'infinies possibilités.

À force d'échange, de partage et de réflexion, nous avons imaginé une marque qui sera difficile à ignorer et facile à repérer.

Ce guide de marque regroupe des directives et avenues publicitaires qui servent à assurer la cohérence sur les différents canaux de communication de la marque déposée Civis.

Tous les éléments consignés dans ces pages sont nécessaires, dans la bonne combinaison et le bon dosage, pour créer la cohérence globale de la marque que nous cherchons à atteindre. Bien que la rigueur soit de mise, il est possible d'être créatif à l'intérieur de ces règles. C'est aussi ce que nous défendons !

Le logotype

Le logo Civis est le premier élément d'identification. Il est essentiel que la façon dont nous utilisons le logo demeure cohérente dans toutes les voies de communication.

La version du logo en couleurs à privilégier. Certaines options, monochrome, noir ou tout blanc sont acceptées pour des applications spécifiques.

Propriété

Le logo et l'appellation Civis appartiennent à la Ville de Saint-Charles-Borromée. Ce sont des marques déposées à l'Office de la propriété intellectuelle du Canada. Tous les droits réservés appartiennent à SCB.



CIVIS



CIVIS



CIVIS

Utilisation en noir seulement pour impression en noir en blanc

En renversé



Ce logo peut aussi être véhiculé avec la composition du logo Civis et la signature qui l'accompagne, « espace », laquelle sert aussi d'énoncé de positionnement.

La signature et le logo ont une relation fixe et l'énoncé ne devrait jamais être changé d'aucune façon.



CiVIs
espace citoyen



CiVIs
espace citoyen



CiVIs
espace citoyen

Utilisation en noir seulement pour impression
en noir en blanc

En renversé



CiVIs
espace citoyen



CiVIs
espace citoyen

La disposition

L'emplacement de l'énoncé de positionnement est variable (soit aligné à gauche, centré ou aligné à droite) pour permettre le meilleur équilibre possible selon la composition de la mise en page.



civis
espace citoyen



civis
espace citoyen



civis
espace citoyen

La marge de protection

Il est crucial de conserver un espace suffisamment grand autour du logo afin d'assurer une lecture claire et dégagée.

Il existe autour du logo une zone protectrice égale à la hauteur du rond qui est utilisé dans le logo. Il ne faut jamais empiéter sur cette zone avec une image, une photo, un caractère typographique ou un autre élément.

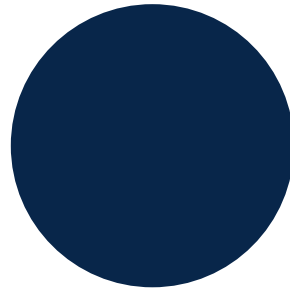


Les couleurs

En tout, 4 couleurs sont utilisées pour la composition du logo.

La couleur identitaire est une teinte sombre de bleu cyan. Ce bleu est une valeur sûre qui symbolise les résultats, les loisirs, la fusion, l'intelligence et l'imagination. C'est la couleur principale pour toutes nos communications.

La palette secondaire représente l'élément humain dans l'espace technologique. Utilisez ces couleurs pour accentuer les personnes, faire ressortir les gens dans une photographie.

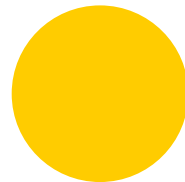


RGB:
#082749

CMJK:
100 | 63 | 12 | 67

Pantone:
7463

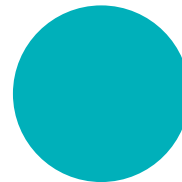
Seule la couleur principale peut être utilisée en superposition avec les couleurs d'accent



RGB:
#FFCC00

CMYK:
0 | 14 | 100 | 0

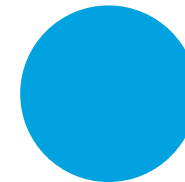
Pantone:
116



RGB:
#00B0B9

CMYK:
86 | 0 | 32 | 0

Pantone:
7466



RGB:
#00A3E0

CMYK:
86 | 8 | 0 | 0

Pantone:
299

Les couleurs d'accents ne doivent pas être supersposées entre elles

L'utilisation des couleurs tramées

L'utilisation des couleurs en trame est permise entre 10 % à 40 % selon la couleur de départ. Ci-contre, la valeur maximale et la valeur minimale pour chaque couleur.

Les couleurs tramées doivent être utilisées comme couleur de fond et les éléments graphiques qui sont y surposés doivent être de la même couleur à 100 %.

40 %

10 %

40 %

20 %

40 %

20 %

40 %

20 %

La typographie

Nous avons choisi la famille de polices de caractères Gilroy parce qu'elle est simple, mais s'impose avec vigueur. Moderne, efficace et ciselée avec précision, Gilroy incarne L'Espace citoyen.

C'est la police officielle à utiliser dans l'ensemble des outils de communication.

Gilroy Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Gilroy Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Gilroy Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Gilroy Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Les éléments graphiques

Le i signifie l'Information, l'Instruction, l'Individu. Utilisez-le comme repère visuel. Mais utilisez-le avec parcimonie. Une surutilisation de cet élément risque de diminuer l'impact des messages importants.

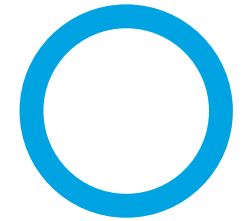
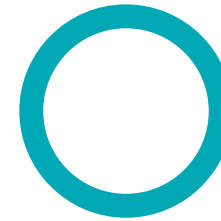
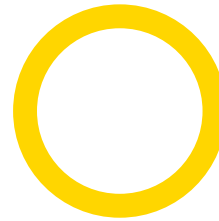
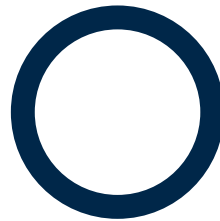
La fenêtre idée. L'objectif principal du contour est d'encadrer l'humain ou alors de faire ressortir les citations du texte.

Le rond plein, à la manière d'un point sur le i, sert à focaliser visuellement une idée, une affirmation.

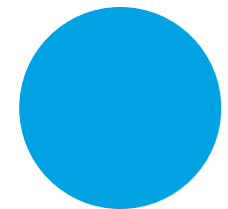
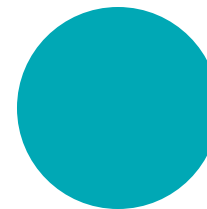
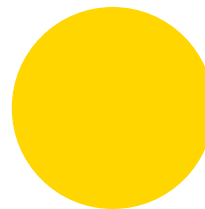
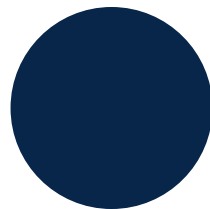
Le contour avec le i



Le contour



Le rond plein



L'utilisation des éléments graphiques sur une photo

Les différents éléments graphiques peuvent être utilisés dans leur intégralité ou partiellement coupés.

Pour le contour il est important de respecter les proportions, il ne faut pas épaissir le contour ou l'amincir.

Aussi, le contour, lorsqu'il est utilisé sur une photo doit toujours entourer une ou des personnes et non un lieu ou un objet.

Le rond plein peut être utilisé pour mettre le logo et ou du texte en évidence.

Pour le contour avec le i, les proportions doivent aussi être conservées.



Les pictogrammes

De façon générale, les pictogrammes doivent garder un aspect minimaliste, et être utilisés en couleur ou en blanc. Les couleurs utilisées devront faire partie des couleurs officielles des normes graphiques.

Il ya deux familles de pictogrammes, les pictogrammes informatifs composé de dessin au trait uniquement et les pictogrammes publicitaire utilisés dans un rond.

Les pictogrammes présents ci-dessous sont à titre d'exemple, d'autres pourront être développés selon les besoins, mais devront toutefois garder l'esprit de simplicité et de clarté propre à tout pictogramme.

Les pictogrammes informatifs



Les pictogrammes publicitaires



L'utilisation de Civis avec les logos partenaires

Les logos de la ville Joliette, de la bibliothèque Rina-Lasnier et de la ville de Saint-Charles-Borromée doivent être utilisés dans le respect de leurs normes graphiques. Pour l'utilisation avec Civis, seules les versions en noir et blanc et en renversé sont permises. Aussi, lorsque les 3 identités sont présentes, elles doivent toujours être placées dans cet ordre : Joliette, bibliothèque Rina-Lasnier au centre et Saint-Charles-Borromée. L'emplacement des logos des partenaires doit, dans la mesure du possible, être positionné dans le coin inférieur droit ou du moins dans le bas de la mise en page.



La carte citoyen

Ces cartes officielles sont deux options qui peuvent être utilisées pour identifier un citoyen membre. Elles sont disponibles avec le logo au recto, pour permettre de bien voir la marque Civis. Au recto, on retrouve le logo de la ville émettrice de la carte, les coordonnées du citoyen ainsi que le code à barres destiné à une lecture automatisée par un capteur électronique.



UNE IDENTITÉ REMARQUABLE ET ADAPTABLE.

Guide de campagne:
quelques applications

Déploiement sur les réseaux sociaux. Facebook et Instagram.

Privilégiez des photos de type « lifestyle » qui mettent l'humain et l'émotion, la simplicité et la décontraction en avant.

La recherche d'images devra :

- Miser sur les moments privilégiés, les émotions spontanées captées dans ces instants
- Inspirer la projection du spectateur, lui retourner des émotions déjà vécues dans sa ville où à la bibliothèque



Affiches grand format - 8 x 4

Privilégier ce type de visuel (photo + fond uni) pour les grands formats



civis
espace citoyen

Plus aucune raison
d'attendre un numéro!

 vivrescb.com



civis
espace citoyen

Plus aucune raison
d'être sur le sofa!

 joliette.ca



civis
espace citoyen

Plus aucune raison
d'être devant
l'écran!

vivrescb.com 



civis
espace citoyen

Plus aucune raison
de brider mon esprit!

 Rina-Lasnier
BIBLIOTHÈQUE

Publicité

1 page journal

Civis relie les gens et la ville et sa bibliothèque grâce à une technologie inspirée et facilitée.

Le i c'est notre principal élément graphique.

Dans les outils publicitaires, on le retrouve de 3 façons, les trois réunis si l'espace le permet :

- Fenêtre photo ronde
- Cercle de fenêtre
- Point plein focal



Civis... si fait pour vous!

Un p'tit coin pour elle dans votre portefeuille

UN VASTE ESPACE QUI S'OUVRE À VOUS

civis 

- **S'inscrire facilement**
loisirs | culture | cours | activités | camp de jour
- **Se voisiner**
tarifs préférentiels
- **Se faciliter la ville**
médaille pour chien, jardins communautaires et + encore
- **Se donner l'avantage**
Accès aux collections de la bibliothèque

Comment se la procurer ?
À la bibliothèque, au centre Alain-Pagé, à l'hôtel de ville de Joliette

Combien elle coûte ?
Rien! C'est gratuit pour les résidents de Joliette et de SCB

Juste une carte ? Non, tout un espace aussi!
CIVIS regroupe désormais l'ensemble des services en ligne de la Ville de SCB, entre autres, l'inscription aux activités de loisir, le paiement du compte de taxes, la demande de permis, l'achat et le renouvellement des licences pour animaux, les sondages en cours, les demandes d'intervention, les alertes citoyennes. Visitez vivrescb.com pour en savoir plus





Drapeau
publicitaire



Bannière



Signature courriel



Applications interdites

Ne modifiez le logo en aucune circonstance, même si le changement paraît mineur. Voici des exemples de manipulations qui compromettent l'intégrité de notre logo.

N'ajoutez pas de logo dans une image si celui-ci perd en lisibilité. Sur fond texturé (photo ou autre), le logo doit être suffisamment en contraste.

civis
espace citoyen

Changer les proportions des éléments.



Utiliser les couleurs d'accent en supersposition.



Utiliser le logo sur une photo ou le contraste n'est pas suffisant.

civis

Créer une nouvelle version en modifiant les couleurs.

Questions et approbations

Veillez communiquer avec nous à l'adresse suivante :

communications@vivrescb.com

The logo for CIVIS features the word "CIVIS" in a bold, dark blue, sans-serif font. The letter "i" is lowercase and has a yellow dot above it, while the second "i" is lowercase and has a teal dot above it. The letters "C", "V", and "S" are uppercase. The "I" is lowercase and has a yellow dot above it.

CIVIS

Remerciements

Le logo et l'identité de marque Civis sont le fruit de quelques personnes qui ont étroitement collaboré pendant de nombreuses semaines à son élaboration.

Nous remercions particulièrement tous les membres ayant été impliqués dans la création de l'image de marque: Mélanie Coulombe Ville de SCB | Véronique Goyette Ville de SCB | David Cousineau Ville de SCB | Ville de Joliette | Bibliothèque Rina-Lasnier | Blanko

DESIGNER DE L'IDENTIFICATION VISUELLE: Mélanie Coulombe