MRC ARTHABASKA

Le guide de marque 2024

IDENTITÉ ET TONALITÉ DE LA MARQUE 3

Arthabas... quoi? 4
Mission, vision et valeurs 5
Tonalité 6

NORMES GRAPHIQUES 7

Avant/Après 8
Logo 9-14
Couleurs 15
Masses de couleur 16
Typographie 17
Photographie 18

IDENTITÉ ET TONALITÉ DE LA MARQUE

ARTHABAS... QUOI?

À l'origine sans R, « Athabaska » provient de l'abénakis « ayabaskaw ». Cela signifie « là où il y a des roseaux, du jonc ».

MRC D'ARTHABASKA
CONSTITUÉE LE 1ER JANVIER 1982
74 348 HABITANTS (2021)
22 MUNICIPALITÉS
CENTRE-DU-QUÉBEC
1 890,18 KM²

Pour en savoir plus : regionvictoriaville.com

MISSION

Favoriser un environnement où chaque membre de la communauté peut prospérer.

Nous nous engageons à améliorer votre qualité de vie et à préserver l'harmonie avec notre riche patrimoine naturel et culturel, et ce, en nous appuyant sur les principes du développement durable.

Nous nous dédions à être un catalyseur de collaboration et de possibilités pour toutes les personnes qui vivent, travaillent et visitent notre région.

VISION

Devenir une communauté modèle où la qualité de vie, l'innovation et le développement durable se rencontrent.

Nous aspirons à être reconnus comme une région accueillante et dynamique, où l'esprit de communauté se joint à la prospérité partagée et au bien-être collectif, où chaque individu a l'espace pour grandir et contribuer à une société vibrante et inclusive.

VALEURS

LA COLLABORATION INCLUSIVE

Nous croyons en la force de l'unité et du travail d'équipe. La collaboration est au cœur de notre approche. Nous valorisons et respectons la diversité sous toutes ses formes. Nous nous engageons à créer un environnement, une terre d'accueil, où chaque voix est entendue et où chacune et chacun a sa place.

L'INNOVATION DURABLE

Nous encourageons la créativité et l'adaptabilité. L'innovation nous guide pour répondre aux défis actuels et futurs de notre communauté. Nous nous engageons à promouvoir un développement respectueux de l'environnement et socialement responsable, assurant un avenir meilleur pour les générations à venir.

L'ENGAGEMENT PROACTIF

Nous sommes profondément engagés envers le bien-être et le succès de nos communautés. Notre approche se veut proactive, soutenante et accueillante. Nous agissons avec honnêteté, transparence et éthique pour mériter la confiance qui nous est accordée.

LA MARQUE D'ARTHABASKA EST...

NATURELLE

On parle **au « on »**, sans prétention, lorsque la situation s'y prête.

FORMELLE

Dans un cadre plus officiel ou protocolaire, le **« nous »** est de mise.

PROFESSIONNELLE

On mise sur un registre de **langue standard**.

ACCUEILLANTE

On cherche à être **dynamiques, positifs et souriants,** même à l'écrit.

RESPECTUEUSE

On **vouvoie** nos concitoyen·ne·s et visiteur·euse·s.

INNOVANTE

On s'adapte aux nouvelles réalités, par exemple en accueillant des **emojis** sur nos réseaux sociaux.

SIMPLE

On mise sur des phrases **simples et efficaces**, sans flafla ou d'abus de figures de style. Sujet, verbe, complément 90 % du temps.

INCLUSIVE

On utilise un **langage épicène** pour souligner équitablement la présence des femmes, des hommes et des personnes non-binaires.

NORMES GRAPHIQUES

La modernisation du logo représente une ligne d'horizon pour mettre en valeur les paysages de la MRC.

Cette ligne crée un leitmotiv, littéralement un fil conducteur pour l'ensemble de la marque.

Répété, ce motif permet de montrer le côté rassembleur de la marque, qui a un impact positif sur tout ce qu'elle touche.

AVANT

2024

MRC
ARTHABASKA

MRC
ARTHABASKA

MRC
ARTHABASKA

MRC
ARTHABASKA

MRC
ARTHABASKA

1. LOGO PRINCIPAL
À utiliser par défaut

2. LOGO EN VERSION RENVERSÉE (COULEUR)
À utiliser si le logo principal s'y prête mal

3. LOGO EN VERSION RENVERSÉE (BLANC)
À utiliser si le logo renversé en couleur s'y prête mal

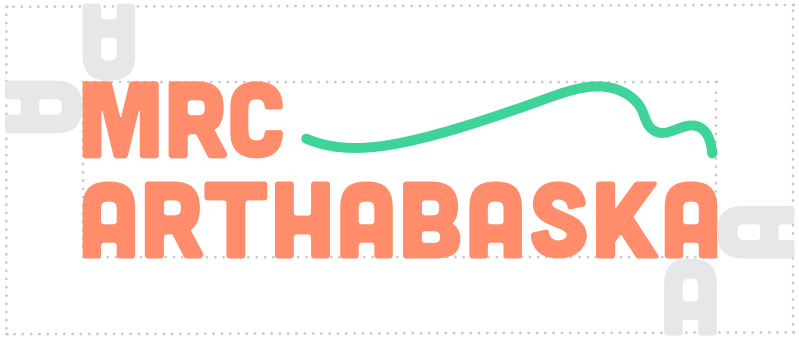
4. LOGO EN NOIR
À utiliser seulement sur fond blanc, dans des documents monochromes

5. LOGO VICTORIAVILLE ET SA RÉGION
À utiliser en juxtaposition avec Victoriaville et sa région

ESPACES DE PROTECTION

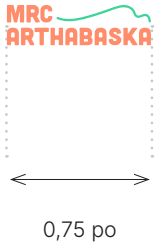
Afin de protéger la clarté et l'intégrité visuelle du logo, celui-ci comporte une zone d'exclusion ou une marge protégée. La zone d'exclusion est définie par la lettre « A », et ce, dans toutes les déclinaisons du logo.

Qu'importe ses utilisations, respectez toujours la marge entourant le logo, tel qu'illustré ici.



TAILLE MINIMALE

La taille minimale suggérée du logo est de 0,75 pouce de large. L'utilisation en deçà de cette dimension rendrait illisibles certains détails.



Voici comment la MRC peut présenter les efforts conjoints avec ses municipalités.

Le tout se décline dans l'ensemble des couleurs principales de la marque.

À noter que cela ne remplace en rien les logos desdites municipalités.

Pour assurer une uniformité de l'image de marque et une lisibilité optimale du logo, certaines modifications ou utilisations sont à proscrire.

Toute utilisation du logo qui diverge des recommandations du guide de normes est également à éviter.

Rogner, étirer ou comprimer le logo

Déplacer les éléments

Utiliser en transparence

Utiliser un fond complexe

Changer la taille ou la police

Changer une couleur

Utiliser un cadre de délimitation

Ajouter des effets spéciaux

Incliner le logo

Autant pour le logo seul qu'associé au logo Victoriaville et sa région, une lisibilité optimale est recommandée.

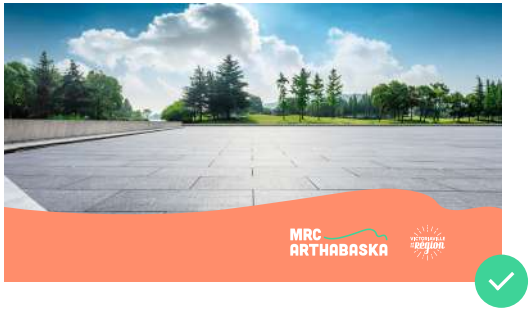
L'utilisation du **LOGO EN VERSION RENVERSÉE (BLANC)** sur l'image ou sur une masse de couleurs principales de la marque est idéale.

À PROSCRIRE

Utiliser le logo en couleurs sur une photo

Utiliser le logo en version renversée (blanc) sur une photo où la lisibilité est difficile

À PRIVILÉGIER



PRINCIPALES

Cette évolution de la palette de couleurs originale de la marque, les nouvelles couleurs offrent plus de profondeur. Elles représentent à la fois les éléments naturels de la région et sa modernité, avec des teintes plus vibrantes et « punchées ».

HEX	#FF8C6B
RGB	255 / 140 / 107
CMYK	0 / 56 / 56 / 0
PMS	1635 C

HEX	#696DCC
RGB	105 / 109 / 204
CMYK	66 / 62 / 0 / 0
PMS	2366 C

HEX	#FDF6ED
RGB	253 / 246 / 237
CMYK	0 / 2 / 5 / 0
PMS	9285 C

HEX	#3ED297
RGB	62 / 210 / 151
CMYK	64 / 0 / 57 / 0
PMS	2412 C

HEX	#FFFFFF
RGB	255 / 255 / 255
CMYK	0 / 0 / 0 / 0
PMS	BLANC

HEX	#000000
RGB	0 / 0 / 0
CMYK	0 / 0 / 0 / 100
PMS	NOIR

HEX	#D1E2E4
RGB	209 / 226 / 228
CMYK	13 / 0 / 9 / 0
PMS	621 C

SECONDAIRES

À utiliser avec parcimonie, une ou deux à la fois (par exemple, pour des tableaux).

À éviter : la combinaison du bleu pâle et du rose.

HEX	#FF5869
RGB	255 / 88 / 105
CMYK	0 / 75 / 48 / 0
PMS	2346C

HEX	#F4DA40
RGB	244 / 218 / 64
CMYK	1 / 3 / 80 / 0
PMS	7404 C

HEX	#99D6EA
RGB	153 / 214 / 234
CMYK	37 / 0 / 0 / 0
PMS	2975 C

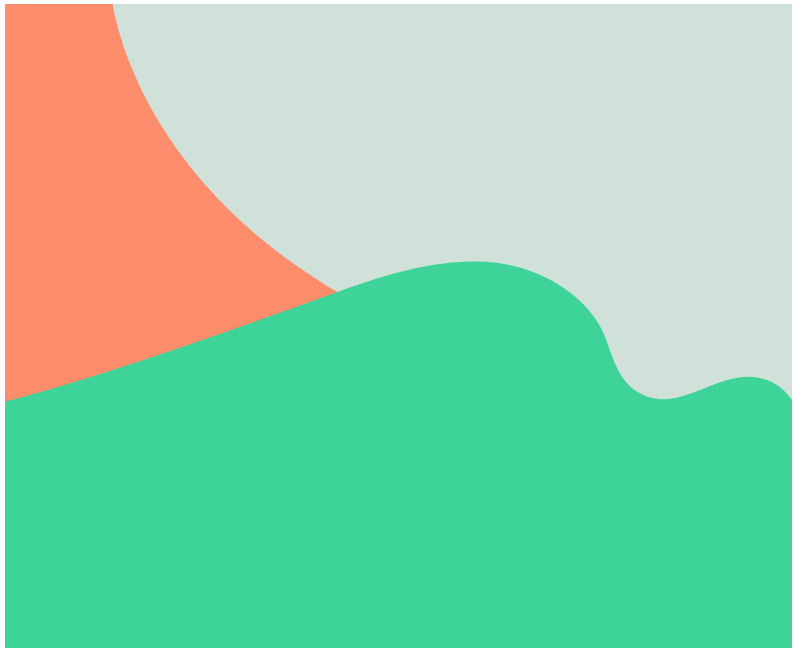
HEX	#00965E
RGB	0 / 167 / 107
CMYK	100 / 0 / 81 / 0
PMS	340 C

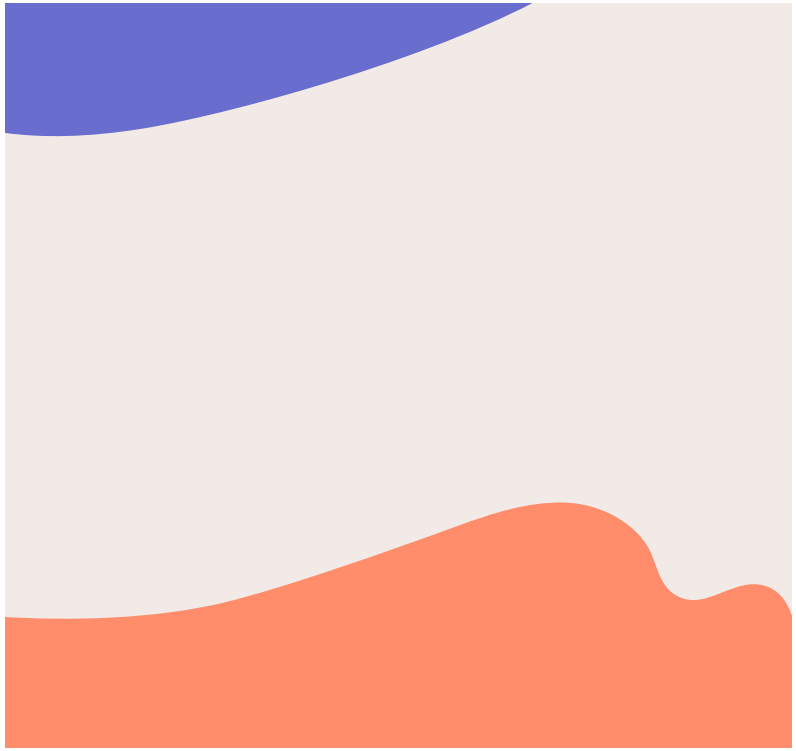
HEX	#FFACB6
RGB	255 / 172 / 182
CMYK	0 / 44 / 13 / 0
PMS	912 C

Pour ajouter de la fluidité aux compositions graphiques, des masses de couleurs (inspirées des courbes du logo) sont un outil supplémentaire.

Le principe de base est de ne jamais utiliser deux courbes identiques, dans le but d'insuffler l'idée de montagnes et de vallons.

On priorise ici les couleurs principales, mais on peut aussi ajouter une ou deux touches de couleurs secondaires (selon l'harmonie possible avec les couleurs des photos mises en page).





La typographie en majuscule reflète l'expertise, l'assurance, la volonté, la détermination et l'engagement de la MRC. Ce choix moderne offre une belle lisibilité, avec une petite touche en plus, tandis que la rondeur des lettres (A, B) et son effet « écrasé » évoquent l'adaptation.

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

CUBANO

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Dans un souci d'accessibilité universelle, les typographies choisies se veulent distinctives et facilement lisibles, en imprimé comme sur un écran.

****La typographie Arial peut être un substitut à Inter pour les documents conçus dans la suite Microsoft.**

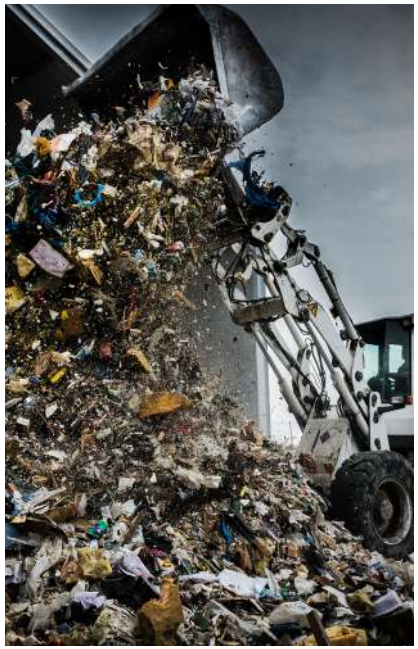
TYPOGRAPHIE INFORMATIVE (ex. nom de ville combiné au logo ou documents formels)

Inter

Light	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789
Regular	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789
Bold	**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz** **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ** **0123456789**

Pour refléter la beauté naturelle du territoire et épouser le choix des couleurs et des typographies de la marque, le mot d'ordre est de rester le plus naturel possible.
On mise sur une esthétique sans artifice, idéalement en utilisant la lumière du soleil.

Lorsque l'on présente des humains, leurs réactions devraient être prises sur le vif, pour éviter un look « stagé » - qui ne serait pas assez naturel ni dynamique pour la marque.



MRC ARTHABASKA

regionvictoriaville.com

© 2024 sfr / l'agence