

Région des Sources



05.

Notre identité visuelle



5. Notre identité visuelle

LOGOS

+

POLICES DE CARACTÈRES

+

PALETTE DE COULEURS

+

PICTOGRAMMES

+

UNIVERS PHOTOGRAPHIQUE

LOGOTYPE

Région
des Sources



BLOC MARQUE

Région
des Sources



MARKAZI TEXT

abcdefghijkl

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

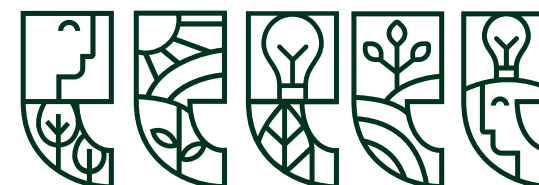
MONTERRAT

abcdefghijklmnopq

ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz



MOTIFS



5. Notre identité visuelle

Palette de couleurs

Notre palette de couleurs est à l'image de notre territoire. Chaudes, douces et enveloppantes. Sélectionnées avec soin, nos 5 couleurs s'inspirent des paysages et des gens qui composent notre territoire et dégagent un sentiment de bienveillance.

Complémentaires, elles se marient bien entre elles et s'harmonisent adéquatement à l'ensemble de notre imagerie.

Adéquatement utilisées, elles contribuent à ajouter vitalité et contrastes aux visuels tout en offrant beaucoup de liberté aux producteurs de contenu.

Voir la page 23 pour plus de détails sur l'utilisation de la palette.



Seules les cinq couleurs de la palette peuvent être utilisées. Aucune altération ou dégradation de ces couleurs n'est permise.

Vert forêt

Couleur principale 1

RGB 20/67/43
CMYK 93/43/90/52
HEX # 14432B

Pantone 3435 C

Grège naturel

Couleur principale 2

RGB 234/232/223
CMYK 7/6/11/0
HEX # EAE8DF

Pantone 7527 C 60 %

Vert tradition

Couleur secondaire

RGB 125/166/140
CMYK 54/21/51/1
HEX # 7DA68C

Pantone 624 C

Pêche bienveillant

Couleur secondaire

RGB 245/196/173
CMYK 2/25/28/0
HEX # F5C4AD

Pantone 4030 C

Jaune innovant

Couleur secondaire

RGB 249/179/63
CMYK 1/33/85/0
HEX # F9B33F

Pantone 1365 C

5. Notre identité visuelle

Polices de caractères

L'utilisation de ces polices de caractères garantit l'unité graphique de la marque Région des Sources. Ces polices sont gratuites et peuvent être téléchargées sur Internet.

Markazi Text est notre police principale. Elle constitue un élément clé de notre identité. Elle doit être utilisée pour les titres afin d'en maximiser l'effet. Elle peut également être utilisée en sous-titre. Il est aussi suggéré de l'employer pour les citations ou tout autre usage qui requiert une attention particulière du lecteur.

Police originale (\$) : Cambon

<https://www.generaltypestudio.com/fonts/cambon>

Montserrat est notre police secondaire. Distinctive et fonctionnelle, elle apporte un côté moderne à la marque et un équilibre aux différentes compositions graphiques et rédactionnelles.

Elle doit être utilisée pour les corps de textes, les textes informatifs et les sous-titres. Jamais pour les titres.

Police originale (\$) : Galano

<https://www.myfonts.com/fonts/rene-bieder/galano-classic>

TITRE

Markazi Text bold

SOUS-TITRE 01

Montserrat medium

SOUS-TITRE 02

Markazi Text bold

SOUS-TITRE 03

MONTSERRAT SEMI BOLD, 100 INTERLETTAGE

TEXTE COURANT

Montserrat regular

CHIFFRES

Markazi Text bold, 1234567890

MARKAZI TEXT BOLD

Vivre dans la Région des Sources

MONTERRAT MEDIUM

S'installer sur notre territoire, c'est faire le choix d'une vie au grand air, proche de la nature, des grands espaces et des gens.

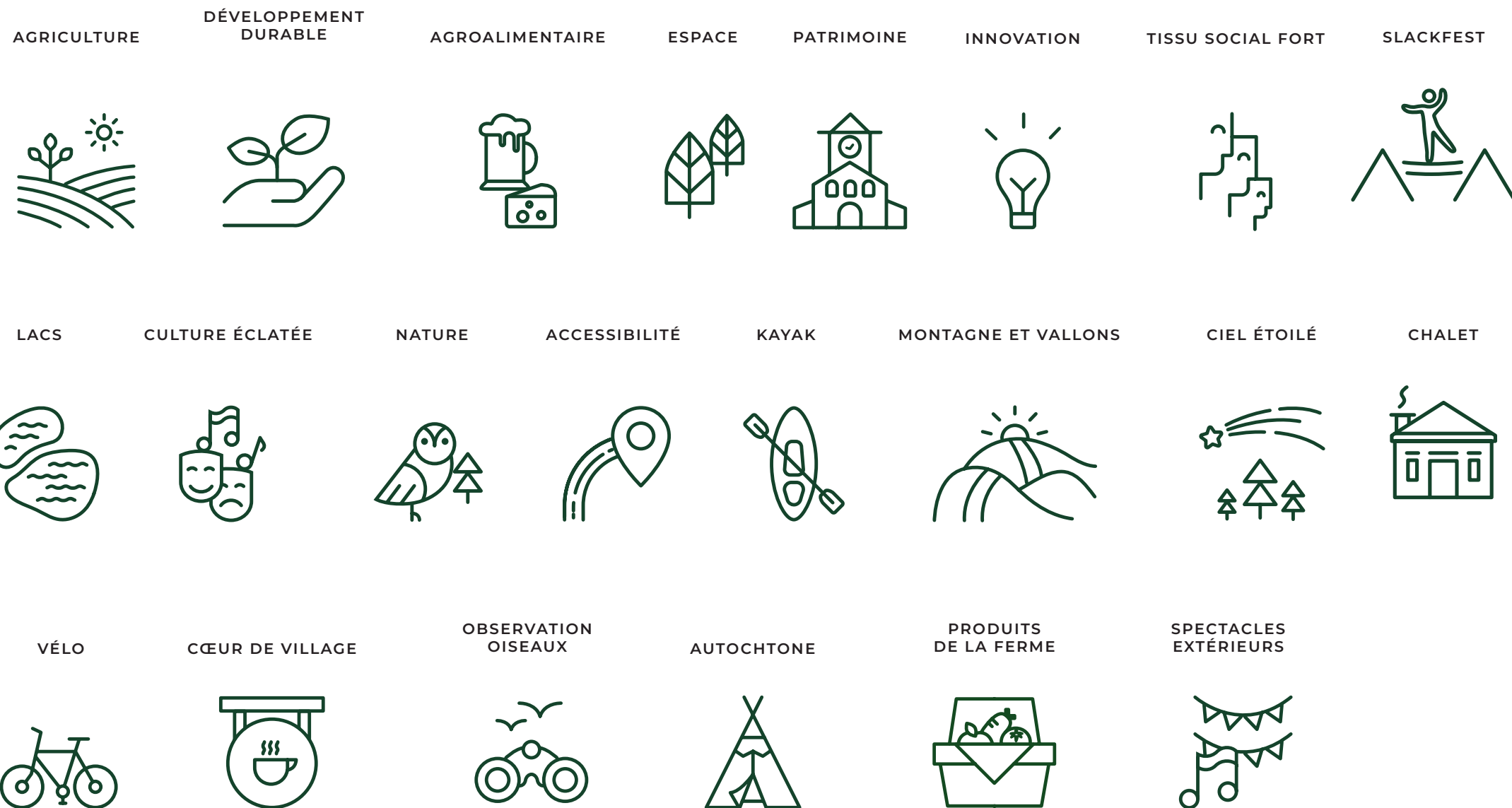
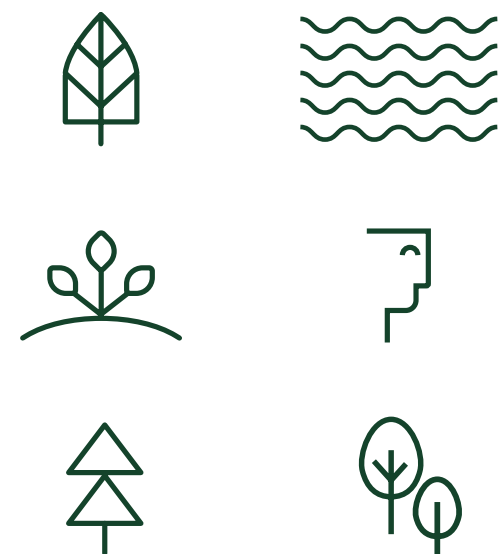
MONTERRAT REGULAR

Ici, les gens se connaissent et s'entraident. La proximité n'est pas qu'une notion d'urbanisme, c'est un mode de vie. Une main sur le cœur et l'autre sur la terre, notre communauté aime son environnement et veut en prendre soin.

5. Notre identité visuelle

Pictogrammes

Thème général



Parce qu'une image vaut mille mots, nous avons conçu toute une série de pictogrammes afin de vous permettre d'illustrer plusieurs facettes de notre territoire.

Tous les nouveaux pictogrammes à créer doivent être réalisés en suivant ce modèle. Le style demeure simple, moderne et épuré. L'épaisseur du trait ne varie pas et l'intérieur de la forme reste vide. Ils demeurent monochromes et sont régis par les mêmes règles que le logo.

5. Notre identité visuelle

Motifs en appliqués

5 motifs ont été développés afin de réaliser des appliqués. Chacun des motifs peut être utilisé en version miroir.

D'avantage conceptuelles que descriptives, ces motifs s'appliquent sur une image ou sur un fond de couleur.

Leur utilisation est régie par quelques règles que vous trouverez aux pages 37 et 38 du document.

MOTIFS DU LOGO



MOTIFS COMPLÉMENTAIRES



! Seuls ses 5 motifs et leurs versions miroirs peuvent être utilisés.



Univers photographique

À l'image de notre territoire, nos images sont résolument humaines.

Elles dégagent une émotion positive et renforcent la perception d'un territoire authentique et chaleureux, qui fait du bien.

Elles communiquent notre personnalité, nos valeurs et évoquent notre signature : Le monde s'y retrouve.

Pour vous guider dans votre démarche, voici les principales règles à respecter, ainsi qu'une série d'exemples photographiques selon différentes thématiques à traiter.



5. Notre identité visuelle

Univers photographique

Quelques recommandations artistiques et techniques.

Présence humaine

L'humain est au cœur de notre identité. Il est donc, autant que possible, présent dans chacune de nos photographies. Sa présence se voit aussi suggérée par un objet, une main, un pied, etc.

Au naturel et en mouvement

Nous fuyons les mises en scène artificielles. Nos photos doivent être authentiques, spontanées, sans pose figée. Les sujets sont affairés, en action et ne regardent pas la caméra.

Lumière chaude

Travailler au crépuscule ou à l'aube. Là où la lumière est plus douce et enveloppante, plutôt que franche et plombante. Même les photos nocturnes doivent évoquer ce sentiment de chaleur.

Couleurs qui évoquent la terre

Les chromatiques des images sont également chaudes. Les couleurs sont celles de la nature et de la terre. Elles apportent un sentiment de calme et d'apaisement. Les vêtements des figurants sont aussi dans les mêmes tons : n'hésitez pas à réduire la saturation de certaines images afin de retrouver ces teintes douces et organiques.



5. Notre identité visuelle

Univers photographique : quoi capter et comment le capter



La famille

Au cœur de cette nature qu'ils ont choisie, les membres de la famille (enfants / parents, enfants / grands-parents, couples) savourent le moment présent, en toute simplicité. Ils semblent avoir le temps de vivre, de profiter de petits bonheurs authentiques, vécus au quotidien. Les images évoquent une émotion, nous racontent une histoire sous-jacente, un moment de bonheur capté sur le vif.

Ils sont idéalement présentés à l'extérieur, en nature, au cœur de grandes étendues. On démontre ainsi tout l'espace disponible et on sous-entend un monde de possibilités. On peut également suggérer, par des plans resserrés, les petits bonheurs en nature, par exemple, en cadrant sur des petits pieds d'enfants jouant dans l'eau ou dans la forêt.

5. Notre identité visuelle

Univers photographique : quoi capter et comment le capter



Une communauté unie et festive

La convivialité, la joie de vivre et la sincérité qui caractérisent les habitants du territoire doivent se ressentir à travers ces images. Elles doivent évoquer la connexion humaine et représenter des moments d'échange et de partage. Elles transmettent l'idée d'une communauté unie, qui a l'esprit à la fête et qui prend plaisir à être ensemble.

Elles racontent également cette capacité qu'ont nos gens de tisser des liens authentiques et puissants. Entre personnes de tous âges et de toutes provenances. Les membres de la communauté sont présentés dans toute leur proximité et leur complicité.

Ici, le cadrage peut être serré pour favoriser la proximité et mieux véhiculer les émotions. Les images doivent tout de même laisser entrevoir l'ambiance et l'environnement entourant les sujets.

5. Notre identité visuelle

Univers photographique : quoi capter et comment le capter



Les savoir-faire entrepreneuriaux : agro, techno, bio, etc.

Qu'ils soient artisans, créateurs de saveurs ou d'images, artistes ou entrepreneurs, les photographies traduisent le dynamisme, la passion, le goût de l'initiative et de l'entrepreneuriat, entre modernité et tradition. Les photographies évoquent le caractère jovial, sympathique et accueillant de l'humain et invitent à la rencontre.

Les créateurs sont présentés dans leur univers. On les sent concentrés, minutieux et passionnés. Des plans serrés sur les mains pourront mettre en valeur leur savoir-faire. On comprend qu'ils ont l'espace pour créer, rêver et réaliser leurs plus grandes ambitions.

5. Notre identité visuelle

Univers photographique : quoi capter et comment le capter



La terre nourricière et l'homme qui la travaille

À travers ces images, nous ressentons tout l'amour que l'homme porte à sa terre, le désir qu'il a de l'exploiter en tout respect, de la préserver pour les générations futures. Les photographies évoquent le calme, la force, la fierté, la sérénité et l'intégrité.

On utilise les plans larges pour mettre en valeur l'immensité et la splendeur du territoire agricole et les plans serrés pour présenter l'humain qui travaille la terre et les produits qu'il cultive. Les odeurs, les saveurs et les textures doivent être ressenties par l'utilisation de gros plans. Les produits sont présentés de préférence directement dans les mains des personnages, afin de suggérer une présence humaine et un respect pour le produit.

5. Notre identité visuelle

Univers photographique : quoi capter et comment le capter



Une vie culturelle riche et éclatée

Ici, les images évoquent une région créative, curieuse et ouverte aux expériences artistiques et culturelles de tous genres. Elles sont dynamiques, insolites et illustrent l'impulsion créative, la richesse de l'offre et le plaisir partagé.

5. Notre identité visuelle

Univers photographique : quoi capter et comment le capter



Des paysages

La Région des Sources regorge de grands espaces naturels : cours d'eau, terres agricoles, forêts, vallons et vallées, sans oublier l'emblématique Parc régional du Mont-Ham. La beauté et la quiétude des paysages seront mises en valeur par des plans larges en formats horizontaux ou panoramiques. Afin de donner l'envie d'y être et pour indiquer l'échelle, il est recommandé d'y inclure des personnes.

Les codes graphiques

Composante importante de l'identité visuelle, le système graphique de la Région des Sources est issu du logotype et peut prendre différentes formes.

La composition, la taille et les couleurs sont à adapter à la création, mais attention de bien suivre ces quelques règles de base.

6 règles de bases

1. Les guillemets graphiques sont l'élément clé de notre identité visuelle. Ils doivent être impérativement inclus sur tous les montages publicitaires.
2. Les motifs en appliqués apportent une touche artistique aux montages. Ils peuvent habiller une page de contenu, s'appliquer sur une image pour la dynamiser ou être utilisés en trame de fond afin de supporter une image ou un texte.
3. N'utilisez pas plus de 2 couleurs à la fois sur vos montages. Ici, le grège ne compte pas comme une couleur. Il peut être présent en tout temps.
4. Toutes les couleurs sont interchangeable. C'est-à-dire qu'elles ne sont associées à aucune thématique ou à aucune municipalité en particulier.
5. Afin de favoriser la lisibilité et créer de bons contrastes, on doit favoriser l'utilisation du grège naturel ou du blanc pour appuyer les textes publicitaires sur des photographies foncées et le vert forêt sur des photographies plus claires. Lorsque les textes sont sur des fonds de couleurs, le créatif peut utiliser la couleur de son choix, pourvu que le contraste soit bon.
6. Attention de ne pas surcharger les visuels.

5. Notre identité visuelle

Les codes graphiques

Les guillemets graphiques

On peut les colorer et les grossir à volonté pour affirmer plus ou moins leur présence. Ils peuvent être pleins ou vides, peuvent être tout aussi bien placés aux extrémités d'un montage ou servir à encadrer une image ou un titre publicitaire. C'est à vous de juger de ce qui conviendra le mieux à la création.

Il faut par contre toujours utiliser le même format et la même couleur pour la forme de gauche et celle de droite et favoriser un bon contraste lors de l'utilisation de couleurs.

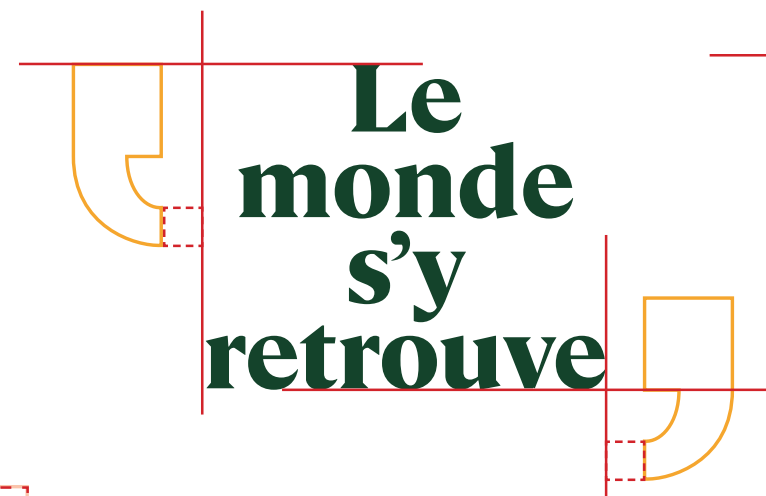


Attention, comme ils ne sont pas doubles, ils ne doivent pas servir à encapsuler une citation dans un texte courant. Ils ne sont utilisés que comme élément graphique.

GUIDES D'ALIGNEMENT
DES GUILLEMETS



ENCADREMENT D'UNE PHOTO



ENCADREMENT D'UN TEXTE



ENCADREMENT D'UNE PAGE



5. Notre identité visuelle

Codes graphiques

Les bonnes combinaisons de couleurs des motifs en appliqués

SUR FOND VERT FORÊT

Appliquez les couleurs secondaires.



SUR FOND GRÈGE

Appliquez les couleurs secondaires ou le blanc.



Sur un fond grège, il est possible d'utiliser un appliqué blanc.

SUR FOND D'UNE COULEUR SECONDAIRE

N'appliquez que le grège.



Le motif superposé sur une image doit être d'une couleur secondaire.



5. Notre identité visuelle

Codes graphiques

Les bonnes façons d'appliquer les motifs

SUR UN FOND DE COULEUR AVEC PEU OU PAS DE CONTENU TEXTE

Appliquez de haut en bas. Utilisez +/- 75 % de l'espace.



SUR UN FOND DE COULEUR AVEC CONTENU TEXTE

Appliquez dans un coin afin de ne pas nuire au



SUR UNE IMAGE

Appliquez dans un coin, si les sujets sont en plan rapproché.



Lorsque le contexte de la photo s'y prête, il est possible de créer de plus grands appliqués, en autant que les sujets demeurent bien visibles.



LES USAGES À PROSCRIRE

Appliquez dans un coin, si les sujets sont en plan rapproché.



Ne pas dévoiler une trop grande partie d'un guillemet et/ou modifier l'intérieur des guillemets.

Ne pas superposer de façon à étouffer les sujets, que ce soit un humain ou un objet.



5. Notre identité visuelle

Les codes graphiques

Contenu publicitaire

Utilisez les photos en format pleine page ou superposez-les sur un fond de couleur.

Utilisez la signature « Le monde s'y retrouve » ou des titres conceptuels qui reprennent la direction « s'y retrouve ».

Incorporez les guillemets graphiques en suivant les règles qui les régissent. Choisissez des couleurs qui s'agencent bien entre elles et qui sont en harmonie avec la coloration de l'image choisie.

Suivez les règles pour l'application du logo ou du bloc marque.



5. Notre identité visuelle

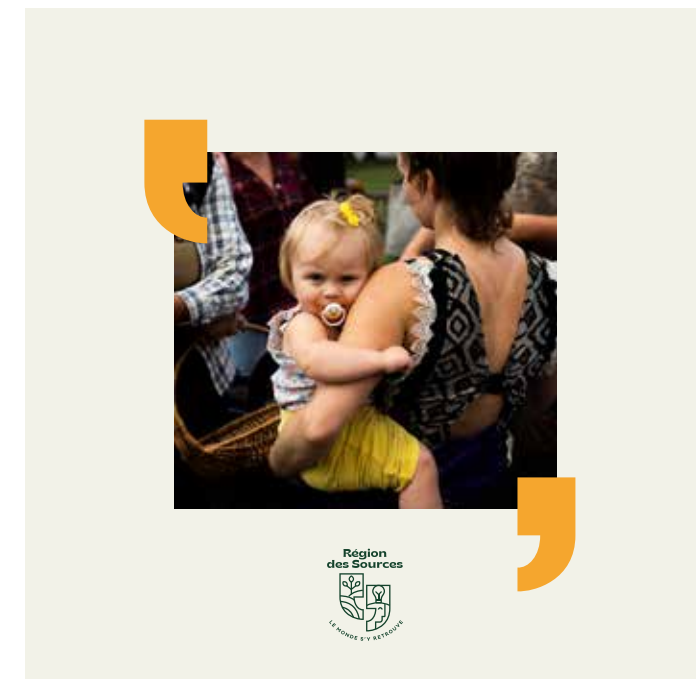
Les codes graphiques

Contenu médias sociaux et/ou supports visuels pour site Web, brochures ou autres documents

Utilisez les guillemets graphiques et les couleurs en suivant les règles d'usage.

Il est possible d'utiliser les motifs en trame de fond et d'y appliquer soit une image ou un texte.

L'intégration du logo dépendra du contexte et du format de vos visuels. Dans votre site Web comme à l'intérieur d'une brochure, le logo ne s'applique pas. Noter qu'il demeure facultatif sur vos publications Facebook. À vous de juger.



5. Notre identité visuelle

Les codes graphiques

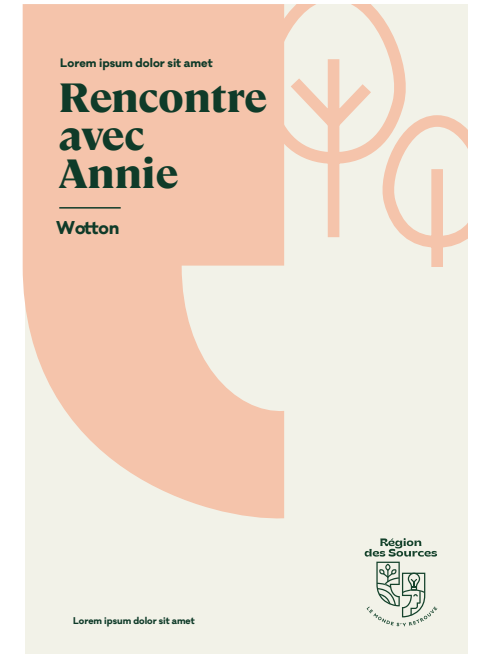
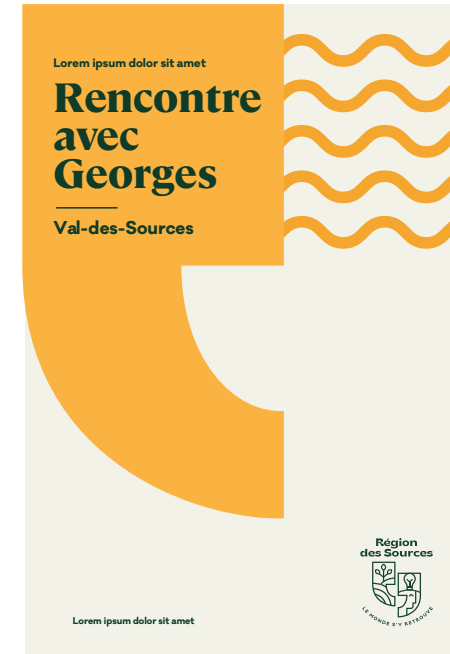
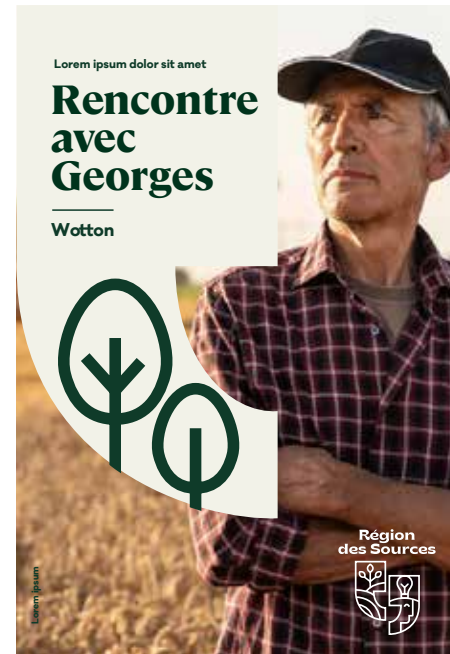
Contenu informatif

Lorsque vous avez à produire des montages de types informatifs sur des sujets ou des acteurs du territoire (entrevues, reportages, articles de blogue, etc.), il est possible de jouer avec le guillemet graphique comme dans les exemples présentés ici.

Ces montages peuvent s'exprimer sous forme d'imprimés ou de publications pour les médias sociaux, en formats statiques ou animés.

L'application des couleurs est régie par les mêmes règles de base que les autres montages.

Le choix du logo dépendra du montage et du format de celui-ci. Par exemple, ici, nous avons appliqué le logotype sur le montage qui comporte une image, et ce, afin de favoriser la lisibilité et de décharger le montage.



Région
des Sources

