

NORMES GRAPHIQUES

FRANÇAIS / 2023

on
ze
/ DIX



COMPTEZ SUR NOUS !

PAGE 3 / IDENTITÉ VISUELLE

PAGE 5 / GRILLES & PROTECTION

PAGE 7 / TYPOS & POLICES

PAGE 9 / CHARTE DE COULEURS

PAGE 10 / VARIANTES

PAGE 11 / VARITANTES #2

PAGE 13 / UTILISATIONS

PAGE 16 / CONTACT

IDENTITÉ

LOGOTYPE / BASELINE



ENTREPRISE

« L'agence Créative spécialisée en Marketing et en Publicité située sur la Rive-Sud de Montréal à deux pas du centre-ville. Nous sommes abordables, décontractés, drôles, ambitieux, évolutifs, imaginatifs, présents et vrais! Solutions d'affaires pour tous vos besoins en marketing, communications, multimédia, et impression tous formats ».

LOGOTYPE

Le logo principal est l'élément clé de l'identité visuelle. Celui-ci est composé de deux parties distinctes, soit le monogramme et la signature ou tampon.

Se voulant la nouvelle image d'une agence haut de gamme, il a été pensé pour être à la fois simple, moderne afin de perdurer au fil du temps.

**BASELINE**

La baseline est un slogan qui sert de signature à une marque pour définir son identité médiatique. Généralement, elle apparaît à la fin d'un spot publicitaire ou en bas d'une affiche, comme une signature.

La baseline identifie une marque à des valeurs qui la caractérisent et qui affirment encore plus son savoir-faire et son engagement.

COMPTEZ SUR NOUS !

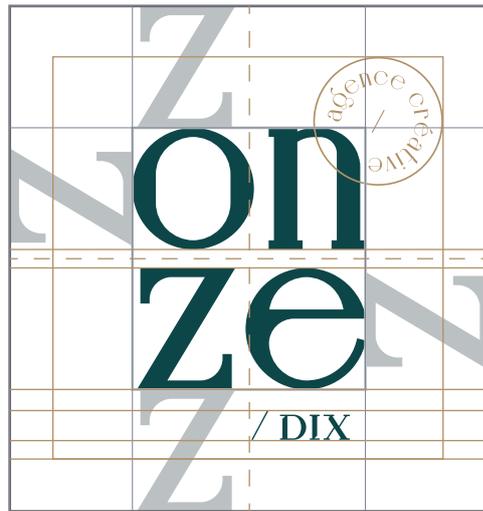
CONSTRUCTION

GRILLES / PROTECTION



GRILLES DE CONSTRUCTION

L'identité visuelle est construite à partir d'une grille qui permet d'assurer l'alignement et l'équilibre de l'ensemble de celle-ci.



ZONE DE PROTECTION

La zone de protection est l'espace déterminé à l'intérieur duquel aucun autre élément graphique ou visuel ne devrait être positionné. Qu'il s'agisse du monogramme, du logo principal ou du logo secondaire, cette zone correspond à la hauteur de la lettre Z. Cet espace sert à assurer la visibilité et l'impact du logo.

TYPOGRAPHIE

FAMILLE / POLICE



TYPOGRAPHIE

Les choix typographiques ont été établis afin de maintenir la constance et la cohérence de l'identité visuelle et devraient être respectés à travers les différents supports et applications (papeterie, brochure, bannière, etc.)

LOGO

Bigilla Bold

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @

copperplate regular

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
O 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @

TITRES ET SOUS-TITRES

MONTSEERRAT

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @

TEXTE COURANT

MONTSEERRAT

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @

COULEURS

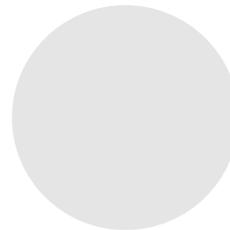
CODES / TEINTES



COULEURS

Les couleurs principales de l'identité visuelle sont le vert profond et le beige doré, accompagnées du gris clair. Indémodable et universel, le vert est associé à la stabilité, la fiabilité et la confiance. Le doré, quant à lui, apporte une touche de richesse. Ensemble ils créent une harmonie de couleur chaleureuse et distinguée, à l'image de l'établissement.

GRIS



CODES

CMJN 10 / 7 / 7 / 0

RVB 231 / 231 / 231

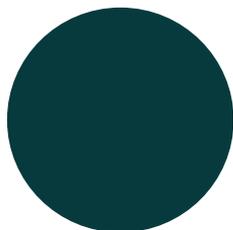
WEB # e7e7e7

TEINTES



100% 80% 60% 40% 20%

VERT



CODES

CMJN 94 / 53 / 58 / 54

RVB 0 / 59 / 53

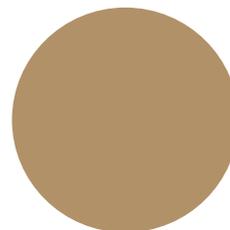
WEB # 003a3e

TEINTES



100% 80% 60% 40% 20%

BEIGE



CODES

CMJN 26 / 37 / 63 / 9

RVB 180 / 148 / 101

WEB # b39464

TEINTES



100% 80% 60% 40% 20%

VARIANTES

VERSION / COULEURS



LOGO PRINCIPAL

Le logo principal propose plusieurs possibilités au niveau de l'utilisation des couleurs. Ci-contre se trouvent les agencements de couleurs acceptables.

Les versions en noir et blanc et en niveaux de gris devraient être utilisées seulement pour des documents administratifs.



Les agencements de couleurs acceptables sont en tout point les mêmes que ceux s'appliquant au logo principal tout en s'assurant d'un niveau de contraste assez noté afin de s'assurer de la visibilité et de la lisibilité

BEIGE**VERT****CRÈME****NIVEAUX DE GRIS****NOIR****RENVERSÉ NOIR & BLANC****BEIGE SUR FOND CRÈME****CRÈME SUR FOND BEIGE****VERT SUR FOND BEIGE****BEIGE SUR FOND VERT****CRÈME SUR FOND VERT****VERT SUR FOND CRÈME**

VARIANTES #2

VERSION / COULEURS / USAGES INCORRECTES

13

LOGO COMBINAISON COMPLÈTE

Le logo principal propose plusieurs possibilités au niveau des agencements et des couleurs.

Les versions en noir et blanc et en niveaux de gris devraient être utilisées seulement pour les applications et impressions sans couleur.

BEIGE



NIVEAUX DE GRIS



VERT



NOIR



CRÈME

**USAGES INCORRECTES**

Les versions en noir et blanc et en niveaux de gris devraient être utilisées seulement pour les applications et impressions sans couleur.

POLICES



DISPOSITION



PROPORTIONS



CONTRASTE



COULEURS



ANGLE



agence
créative /
agence
créative

on
ze
/ DIX

INTÉGRITÉ

Afin de préserver l'intégrité de l'identité visuelle et d'assurer l'impact et la cohérence de l'ensemble de l'image, le logo ne devrait en aucun cas et sous aucune circonstance être altéré, changé ou modifié en termes d'apparence, de couleurs, de disposition ou de proportions.

agence
créative /
agence
créative

onze
sur
DIX

CONTACT



 108 Rue Saint-Louis,
LeMoyne, QC J4R 2L5

 (450) 486-3663

 info@onzesurdix.ca

 www.onzesurdix.ca