



**GUIDE**

d'utilisation

de l'image de marque

*et de l'identité visuelle*

 **Assemblée**  
de la francophonie de l'Ontario



# TABLE DES MATIÈRES

## IMAGE CORPORATIVE

Introduction / Lexique	04
Éléments du logotype	05
Restriction du format	06
Couleurs	07
À faire	08
À ne pas faire	09
Zone de protection	10

## INTRODUCTION

Ce guide est un outil de référence pour toute personne travaillant avec le logotype ainsi que les divers éléments de l'identité visuelle de L'Assemblée de la francophonie de l'Ontario. Il veille à assurer la consistance entre chacun des items produits, tant à l'interne qu'à l'externe, ce qui permet de maximiser la reconnaissance de l'image de marque.

Il est à noter que certaines directives peuvent être contournées par les studios de graphisme professionnels, lorsque jugé nécessaire afin de permettre un meilleur impact, sans toutefois compromettre l'intégrité de l'image de marque. Tout item doit être approuvé par L'Assemblée de la francophonie de l'Ontario avant son impression ou sa publication.



Logotype

## LOGOTYPE

Ensemble d'éléments graphiques constituant une image de marque représentant une organisation.

## COULEUR

### CMYK

C'est une abréviation signifiant : cyan, magenta, jaune, noir. Ce sont les quatre couleurs d'encre utilisées dans le procédé d'impression traditionnel, appelé impression offset ou lithographie. Parmi ses applications, on notera les publications de tous genres (presses quotidiennes et périodiques, publicités, brochures...) et les emballages (cartons, étiquettes...). L'impression est également possible sur divers supports (papier et carton, polymère, métal).

### Pantone

Le système PMS (Pantone Matching System) est une référence en matière de couleur ainsi qu'une méthode précise de sélection de couleur à l'échelle internationale.

## TYPOGRAPHIE

Manière de disposer, de présenter un texte.

### POLICE DE CARACTÈRE (FONT)

Ensemble complet de caractères d'une même famille. (Times New Roman, Arial, Futura, etc.)

## ZONE DE PROTECTION

Espace alloué tout autour du logotype afin d'éviter que celui-ci soit en compétition avec d'autres éléments, comme du texte ou des photographies.  
*Voir page 8.*

---

## ÉLÉMENTS DU LOGOTYPE

### A) LA FLEUR DE LYS

La fleur de lys symbolise l'appartenance à la culture française.

### B) LE TRILLE

Le trille fait référence au drapeau franco-ontarien.

## LA TYPOGRAPHIE

La typographie utilisée est actuelle, organique, professionnelle et lisible.

## COULEURS

Le choix du vert comme couleur officielle de L'Assemblée permet de faire un lien subtil avec la culture franco-ontarienne. L'ajout du gris confère au logo un aspect sérieux et officiel.



## RESTRICTION DU FORMAT

Le bon format du logo est un aspect important de l'image de marque, afin d'assurer sa lisibilité ainsi qu'une consistance d'un item à l'autre.

De façon générale, pour tout produit imprimé ou sur le Web, le logo devrait être utilisé entre 1 pouce et 2 pouces de large soit 72 pixels et 144 pixels de large.



## FORMAT À FAVORISER

Le logo est à son meilleur lorsqu'il est utilisé à 1 ½ pouces de large ou plus.

## FORMAT MINIMUM

Le logo ne devrait jamais avoir une largeur inférieure à 1 pouce afin d'en assurer la lisibilité.

## COULEURS DU LOGO

Dans la mesure du possible, le logo devrait être utilisé en couleur.

### Couleur Pantone

Dans les ouvrages imprimés en 2 ou 3 couleurs, le logo devrait être imprimé dans ses couleurs Pantone indiquées à la page 9.

### CMYK (Quadrachromie)

Dans les ouvrages imprimés en 4 couleurs process, le logo devrait toujours être imprimé en 4 couleurs selon la formule indiquée à la page 9.

### Une couleur

Dans le cas où une publication est limitée à une seule couleur, le logo devrait être imprimé en gris, vert ou noir seulement, selon l'item en question. Toute exception devrait être approuvée préalablement par l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario.



### NOTE :

Certaines restrictions du format peuvent ne pas s'appliquer à des applications grand format telles que kiosques d'expositions, grandes affiches, bannières déroulantes, etc.

## COULEURS

### NOIR

Pour version monochrome. Idéal pour les objets promotionnels.



### NIVEAUX DE GRIS

Noir 70 %, noir 100 %  
Idéal pour les publicités en noir et blanc.



### PANTONE

PMS 7488 PC, PMS Cool Gray 10 PC  
Idéal pour les items imprimés sur presse en 2 ou 3 couleurs.  
Impression sur papier couché, glacé, satiné, mat, etc.



### CMYK (QUADRICROMIE)

Idéal pour les impressions en 4 couleurs process, sur presse ou digitale.  
Publicité couleur, brochure, affiche, etc.



#### Vert :

C 40

M 0

Y 100

K 0

#### Gris :

C 38

M 29

Y 20

K 58

### WEB

Idéal pour le Web, les présentations PowerPoint  
ou toute autre utilisation à l'écran.

#### Vert : #A6CE39

R 166

G 206

B 57

#### Gris : #545861

R 84

G 88

B 97



## À FAIRE

Il est important de noter que le logotype devrait toujours être utilisé dans son entier et qu'aucun élément ne devrait y être soustrait.

### COULEUR SUR UN FOND DE COULEUR (Figure A)

La version couleur du logo devrait préférablement être utilisée sur fond blanc ou pâle. Dans tout les cas, la couleur de fond ne devrait pas être trop foncée et devrait avoir un bon contraste avec le vert et le gris.



### NOIR (Figure B)

La version noire du logo est bien lisible et facilement reconnaissable. Elle est facile d'utilisation et assure le maintien de l'image de marque dans des cas où les publications ne sont pas supervisées. La version noir du logo devrait surtout être utilisée pour les objets promotionnels.



### RENVERSÉ EN BLANC (Figure C)

Le logo peut être renversé en blanc si la couleur de fond est noire ou foncée et procure un bon contraste, pour un maximum de lisibilité.





## À NE PAS FAIRE

Les exemples illustrés ci-dessous démontrent une variété d'utilisations du logo non recommandées.  
*Ne jamais appliquer ces exemples.*



Ne pas utiliser le logo blanc sur un fond trop pâle. Contraste insuffisant.



Ne pas utiliser le logo couleur sur un fond trop foncé. Contraste insuffisant.



Ne pas utiliser le logo sur une photo ou sur un fond à motifs qui contraste peu avec celui-ci.



Ne jamais soustraire la signature.



Ne jamais utiliser la signature de façon autonome.



Ne jamais modifier les couleurs.



Ne pas modifier la disposition des éléments du logo.



Ne pas modifier la proportion de la signature en rapport à l'icône du logotype.



Ne pas déformer le logo.



Ne pas modifier les polices de caractères.



Ne pas changer l'angle du logo.



Ne jamais inverser les couleurs.

## ZONE DE PROTECTION

Afin que le logo conserve un bon impact visuel, une zone de protection a été déterminée. Cette zone permet de restreindre les éléments distrayants, comme des photographies, du texte ou encore des graphiques.

L'espace est déterminé par la hauteur du « b » dans la signature de « L'Assemblée » .





Tél. : (613) 744-6649 | Sans frais : 1-866-596-4692 | Téléc. : (613) 744-8861  
1490, chemin Star Top, Ottawa (Ontario) K1B 3W6