



Notre identité visuelle

Guide des normes graphiques

Introduction

Le mandat de ce guide de normes graphiques consiste à établir les règles afin d'assurer le bon usage de l'identité visuelle de la Ville de Gatineau. Le respect de ces règles contribue non seulement à créer une homogénéité graphique sur l'ensemble des outils de communication, mais aussi à projeter une image de marque. Cet ouvrage sert donc de guide-référence indispensable à la bonne application de ces principes.

Signification des pictogrammes utilisés tout au long de ce guide :



Indique un exemple à ne pas suivre



Indique une note où il faut porter une attention particulière



Indique la disponibilité des fichiers sur le cédérom complémentaire au guide

Sommaire

- 1 **SIGNATURE**
- 2 **TYPOGRAPHIE**
- 3 **PAPETERIE**
- 4 **VÉHICULES**
- 5 **SIGNALISATION**
- 6 **PUBLICITÉ**
- 7 **PUBLICATION ÉLECTRONIQUE**
- 8 **DIVERS**
- * **ANNEXES**

Signature

1.1 LOGOTYPE

- 1.1.1 FONCTION
- 1.1.2 SIGNIFICATION
- 1.1.3 REPRODUCTION
- 1.1.4 VERSION HORIZONTALE

1.2 COULEURS

- 1.2.1 COULEURS OFFICIELLES
- 1.2.2 COMBINAISONS POSSIBLES

1.3 ESPACE DE DÉGAGEMENT

- 1.3.1 DÉTERMINATION DE L'ESPACE DE DÉGAGEMENT
- 1.3.2 DÉGAGEMENT — EXEMPLES
- 1.3.3 EXCEPTIONS À LA RÈGLE

1.4 USAGES À PROSCRIRE

- 1.4.1 DÉTERMINATION DES USAGES INACCEPTABLES
- 1.4.2 EXEMPLES DE MAUVAIS USAGES

1.5 ÉLÉMENT GRAPHIQUE COMPLÉMENTAIRE

- 1.5.1 FONCTION ET DESCRIPTION
- 1.5.2 UTILISATION
- 1.5.3 DÉGAGEMENT
- 1.5.4 CADRAGE
- 1.5.5 EXEMPLES DE BONS USAGES
- 1.5.6 EXEMPLES DE MAUVAIS USAGES

Logotype

1.1.1 FONCTION

Le logotype de la Ville de Gatineau constitue sa signature officielle, l'unique représentation graphique pouvant identifier officiellement la municipalité. Il a été conçu de façon à ce qu'il soit adaptable à tous les modes de reproduction, facile à reconnaître et distinctif, mais aussi pour qu'il véhicule une image attirante tant pour les investisseurs que les résidents actuels ou potentiels.

Cette marque, enregistrée comme marque officielle auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, doit désormais remplacer tous les logotypes ou signatures, sans exception, qui étaient auparavant employés pour identifier l'une ou l'autre des cinq municipalités maintenant fusionnées ou la Communauté urbaine de l'Outaouais (CUO).

Il incombe au Service des communications de la Ville de Gatineau de voir au respect des normes établies. Il agit, en quelque sorte, comme le gardien officiel de la signature. Tout intervenant doit, dans le doute ou pour des cas non prévus au manuel, s'en remettre uniquement au Service des communications. Toute improvisation ou interprétation personnelle de la signature est à proscrire absolument.

1.1.2 SIGNIFICATION

La forme principale se veut un symbole rassembleur, formé d'un G stylisé, embrassant d'un mouvement son territoire. Les trois formes onduyantes représentent les rivières traversant la ville d'ouest en est et du nord au sud. Ces trois éléments, ajoutés aux rubans verts qui les séparent, rappellent les cinq municipalités à l'origine de la nouvelle ville : Aylmer, Buckingham, Gatineau, Hull et Masson-Angers. Le bleu évoque l'eau et l'air pur; le vert, la nature, la croissance et la sécurité.



Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

1.1.3 REPRODUCTION

Le logotype devrait toujours être reproduit à partir du dessin électronique original se trouvant sur le cédérom inclus à la fin de ce guide (les fichiers sont dans le dossier *Logotype*). Le format vectoriel EPS permet de générer toutes les dimensions et définitions désirées. Par contre, lorsque le logotype doit être utilisé à moins de un pouce (2,5 cm) de largeur, une version spéciale a été dessinée (dans le sous-dossier *Version petite* du dossier *Logotype*). Si, pour une raison exceptionnelle, on ne peut utiliser les fichiers électroniques, les modèles de référence ci-dessous doivent servir de gabarit.

a) *Version commune*



b) *Version petite*



1.1.4 VERSION HORIZONTALE

Comme nous l'avons déjà mentionné, la signature de la Ville de Gatineau a été conçue pour être la plus flexible possible tout en conservant la cohérence visuelle essentielle à une image corporative. C'est de ce réel désir de versatilité qu'est née une version horizontale du logotype, de format très allongé. Cette version ne doit être utilisée que **lorsque l'espace disponible l'oblige** (comme par exemple sur une bannière, un stylo, ou dans une zone restreinte sur un véhicule). Comme pour la version courante du logotype, une adaptation pour les très petites applications (moins de $\frac{3}{8}$ pouce ou 1 cm de hauteur) a été dessinée.

a) *Version horizontale commune*



b) *Version horizontale petite*



1.2.1 COULEURS OFFICIELLES

Les couleurs officielles de la Ville de Gatineau sont, d'après le nuancier Pantone®, le **bleu PMS 541** ainsi que le **vert PMS 3415**.

En quadrichromie (impression quatre couleurs *process*, ou dite *CMYK*), les formules officielles de conversion sont les suivantes :

Bleu : C = **100** M = **50** Y = **0** K = **40**

Vert : C = **100** M = **0** Y = **75** K = **15**

Quant à l'affichage sur un écran (mode *RGB Websafe*), les formules officielles de conversion sont les suivantes :

Bleu : R = **00** G = **33** B = **66**

Vert : R = **00** G = **66** B = **33**

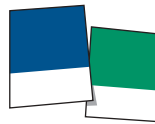
Pour s'assurer d'obtenir une reproduction de la couleur constante à travers les différentes applications et supports, on devra toujours se référer aux modèles des pages suivantes et aux échantillons fournis en annexe pour comparer le niveau de fidélité.



Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.



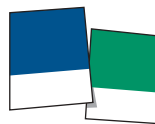
a) *Couleurs officielles Pantone®*



PMS 541 PMS 3415



b) Couleurs en quadrichromie

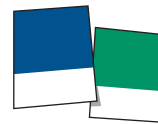


C = 100	C = 100
M = 50	M = 0
Y = 0	Y = 75
K = 40	K = 15



Ville de Gatineau

c) *Couleurs officielles Pantone®,
version horizontale*

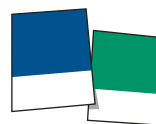


PMS 541 PMS 3415



Ville de Gatineau

d) *Couleurs en quadrichromie,
version horizontale*



C = 100	C = 100
M = 50	M = 0
Y = 0	Y = 75
K = 40	K = 15

1.2.2 COMBINAISONS POSSIBLES

Bien sûr, il serait utopique de croire que le logotype pourra toujours être reproduit en vert et bleu sur fond blanc. C'est pourquoi des règles d'utilisation simples et claires ont été établies pour maintenir la cohérence dans son application, peu importe le support employé :

1. Lorsqu'un fond blanc est disponible (ou une trame de 10 % et moins), on utilise le logotype **en vert et bleu (les couleurs officielles)**.
2. Lorsque le fond est assez foncé, on utilise le logotype **tout en blanc**.
3. Lorsque le fond est assez pâle, on utilise le logotype **tout en noir**, ou la couleur **la plus foncée**.
4. Ne **jamais** attribuer au logotype **deux couleurs ou plus, autres que le vert et le bleu officiels**.
5. Lorsqu'une seule couleur d'impression est possible, **le bleu officiel est recommandé**.



Espace de dégagement

1.3.1 DÉTERMINATION DE L'ESPACE DE DÉGAGEMENT

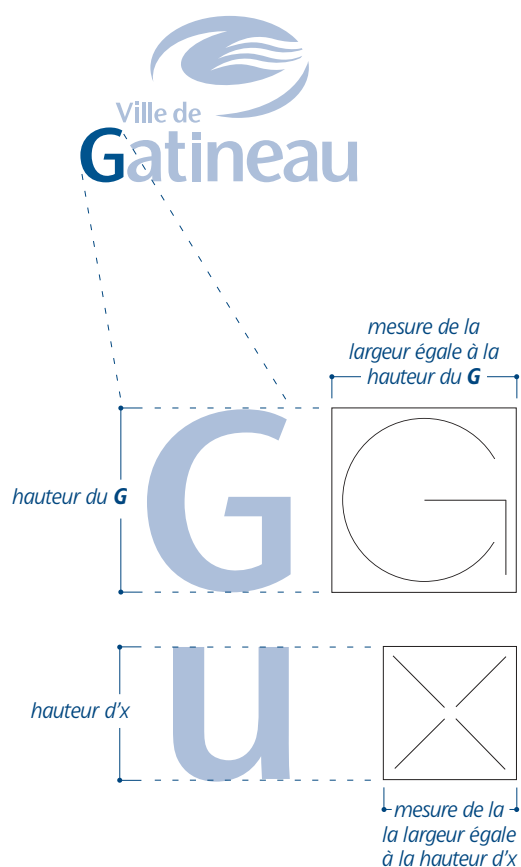
Même si les règles précédentes assurent à la signature municipale une certaine régularité dans la couleur à travers une multitude d'applications potentielles, la cohérence ne peut être atteinte sans l'utilisation des bons espaces de dégagement.

En effet, le logotype doit toujours pouvoir « respirer », c'est-à-dire qu'il faut lui allouer un **espace minimal** d'aération, que ce soit pour l'éloigner d'un autre élément visuel ou du bord de la page. Cet espace, évidemment, n'est pas déterminé par une mesure fixe, mais plutôt par une unité relative à la dimension du logotype.

On parlera ici d'une « hauteur de G », en référence au G employé dans la signature. En traçant un carré à partir de la mesure de la hauteur de ce G, on obtient l'unité servant à déterminer l'espace minimal de dégagement, pour toutes les versions du logotype.

On parlera aussi d'une « hauteur d'x de bas-de-casse » (une mesure typographique courante) en référence à la hauteur du u employé dans la signature, pour les **quelques exceptions** acceptées.

Les exemples des pages suivantes illustrent cette règle.





1.3.3 EXCEPTIONS À LA RÈGLE

Pour l'identification d'un service municipal (voir la section 3.1), on enfreindra exceptionnellement les règles de dégagement citées précédemment. L'exemple ci-dessous illustre comment on agence le nom du service à la signature de la Ville. La ligne de base des caractères formant la première ligne du nom de service est à une hauteur d'*x* du bas du logotype. La hauteur d'*x* sera aussi utilisée pour le dégagement avec l'élément graphique complémentaire (voir le point 1.5.5) et sur les cartes professionnelles (voir le point 3.1.5).



alignement optique
avec **Ville de**

Forever Two régulier
corps 75 % de la grosseur de **Ville de**
valeur d'interligne : rapport de 9 / 11

Usages à proscrire

1.4.1 DÉTERMINATION DES USAGES INACCEPTABLES

Bien que nous ayons maintenant en main une série de guides et de règles nous permettant de faire une bonne utilisation de la signature municipale, il est tout de même important d'illustrer des cas particuliers d'usages non conformes au programme d'identité visuelle.

Les 24 cas suivants explorent plusieurs possibilités de mauvais usages du logotype et tentent de couvrir la totalité des failles que pourraient présenter les règles précédentes.

Pour chacun des cas, souvent une seule raison suffit pour expliquer pourquoi il est inacceptable : **l'altération du logotype (si minime soit-elle) nuit à la lecture et à l'uniformité du programme d'identité visuelle.**



- **Ne jamais** inverser les couleurs ou utiliser deux couleurs différentes à l'intérieur du logotype (autres que le bleu et le vert officiels).



- **Ne jamais** modifier la répartition des couleurs à l'intérieur même du logotype.



- **Ne jamais** utiliser une couleur à une intensité moindre que 100 %.



- **Ne jamais** utiliser de ligne de contour (*outline* ou *stroke*).



- **Ne jamais** modifier la disposition des éléments ni leur proportion relative.



- **Ne jamais** appliquer de distorsion sur aucun axe, si minime soit-elle.



- **Ne jamais** circonscrire le logotype dans une forme ou l'enclaver dans une zone trop restreinte (voir la section 1.3).



- Le logotype **ne doit jamais** faire partie ou donner l'impression d'être intégré dans une phrase, un slogan ou un texte.



- **Ne jamais**, sans exception, utiliser le logotype sans le symbole. Dans de rares cas, le symbole seul peut être utilisé (voir les points 5.1.2, 5.1.6 et 8.1.2).



- **Ne jamais** placer le logotype là où le contraste serait trop faible, que ce soit sur un fond de couleur ou sur une image.



- **Ne jamais** placer le logotype dans un angle différent que le sens de lecture.



- **Ne jamais** appliquer de motif sur le logotype ou dans une partie de celui-ci.

1.4.2 EXEMPLES DE MAUVAIS USAGES (SUITE)



- **Ne jamais** appliquer d'effet d'aucune sorte, sans exception (exemple ci-dessus : ombre portée).



- **Ne jamais** appliquer d'effet d'aucune sorte, sans exception (exemple ci-dessus : halo).



- **Ne jamais** appliquer d'effet d'aucune sorte, sans exception (exemple ci-dessus : biseau).



- **Ne jamais** appliquer d'effet d'aucune sorte, sans exception (exemple ci-dessus : brouillé).



- **Ne jamais** appliquer d'effet d'aucune sorte, sans exception (exemple ci-dessus : reflets).



- **Ne jamais** appliquer d'effet d'aucune sorte, sans exception (exemple ci-dessus : texture).



- **Ne jamais** combiner le logotype ou le coller à un autre visuel d'aucune sorte.



- **Ne jamais** utiliser de dégradés ou réduire l'opacité.



- **Ne jamais** simuler un effet 3D ou créer une perspective.



- **Ne jamais** placer le logotype sur un motif, un fond texturé ou une zone qui embrouille la lecture.



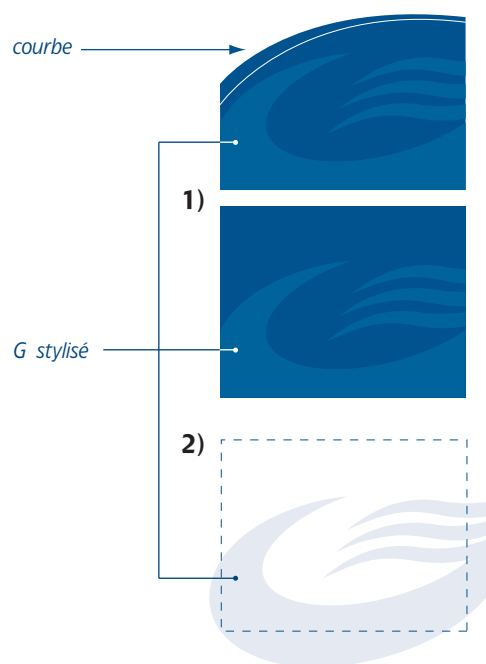
- **Ne jamais** placer de texte trop près du logotype (voir le point 1.3.3).



- **Ne jamais** reprendre un élément graphique du logotype ou autre et le combiner à ce dernier.

Élément graphique complémentaire

(facultatif)



*L'élément graphique complémentaire doit être utilisé **uniquement lorsque le logotype est présent et dominant.** Jamais il ne peut apparaître seul ou être plus visible que le logotype.*

1.5.1 FONCTION ET DESCRIPTION

Afin de donner une plus grande flexibilité au programme d'identification visuelle et de le démarquer davantage, un élément graphique complémentaire (facultatif) est ajouté sur certaines applications. Il peut être soit :

1) constitué d'un filigrane reprenant le G stylisé sur un **fond foncé**. La partie supérieure du fond peut être courbée ou non, tel qu'illustré ci-contre.

2) constitué d'un filigrane reprenant le G stylisé sur un **fond blanc ou pâle**.

1.5.2 UTILISATION

Comme pour la signature en soi, cet élément est régi par des normes d'utilisation simples, mais qui doivent être respectées. Les exemples des pages suivantes illustrent la façon dont il faut généralement procéder. Toute exception devra être approuvée par le Service des communications de la Ville de Gatineau.

1.5.3 DÉGAGEMENT

On utilisera le plus souvent la hauteur d'*x* comme espace minimal de dégagement du logotype par rapport à l'élément complémentaire (voir la section 1.3 et les exemples aux pages suivantes).

1.5.4 CADRAGE

La façon de cadrer l'élément graphique est très importante pour obtenir une apparence uniforme. Les exemples ci-dessous illustrent les règles à respecter. Toute exception devra être approuvée par le Service des communications de la Ville de Gatineau.

*Cadrage standard.
Les variations respectent à peu près ce modèle
(pour les adaptations à des formats spéciaux,
voir le point 5.2.2)*

En pointillé : les parties cachées



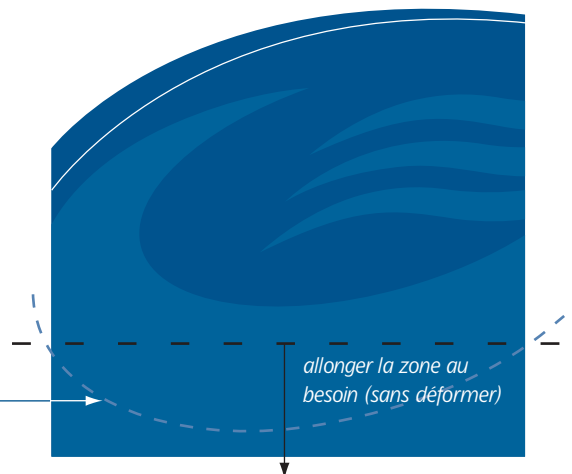
Ne jamais laisser paraître des coins au bas ou cadrer trop serré au haut, tel qu'illustré ci-contre.

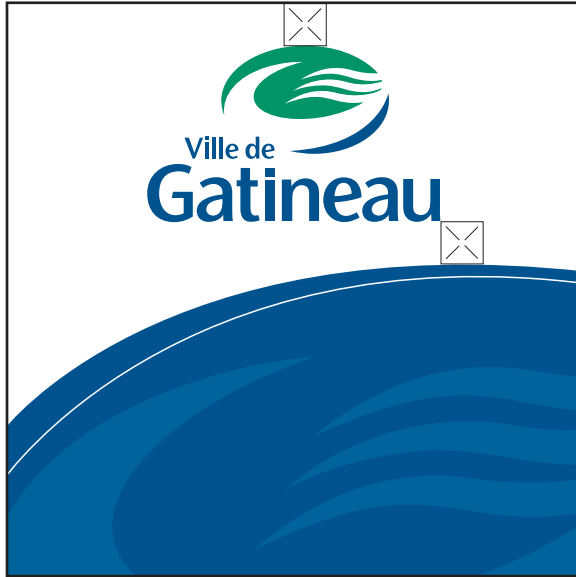


*Lorsque plus d'espace au bas est nécessaire,
allonger de façon rectiligne en appliquant la
couleur de la trame jusqu'aux bords.*

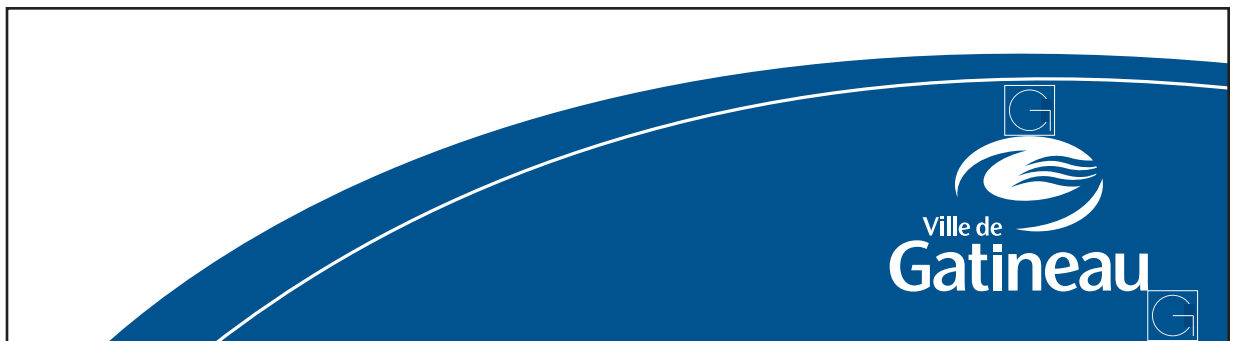
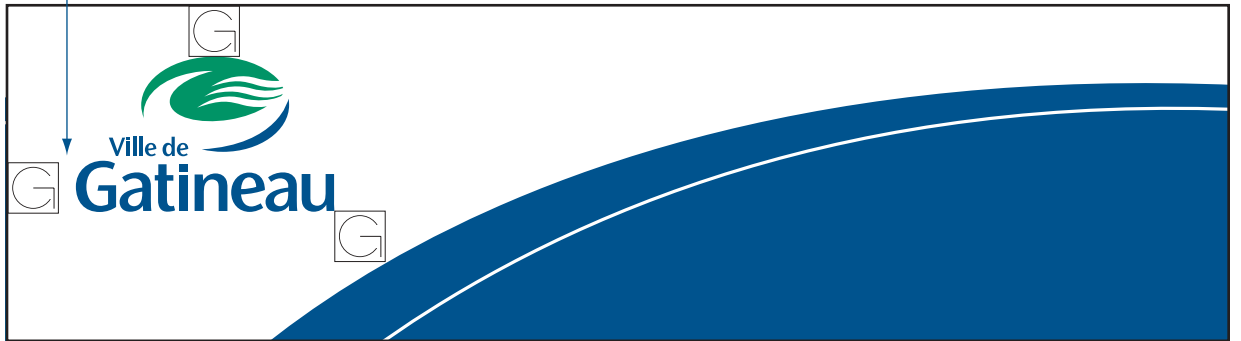
*Ne pas tenir compte de la partie inférieure
du G stylisé (ne pas la laisser paraître).*

*allonger la zone au
besoin (sans déformer)*





! Les unités de dégagement sont un **minimum requis**, et non une mesure fixe à laquelle il faut toujours placer le logotype.

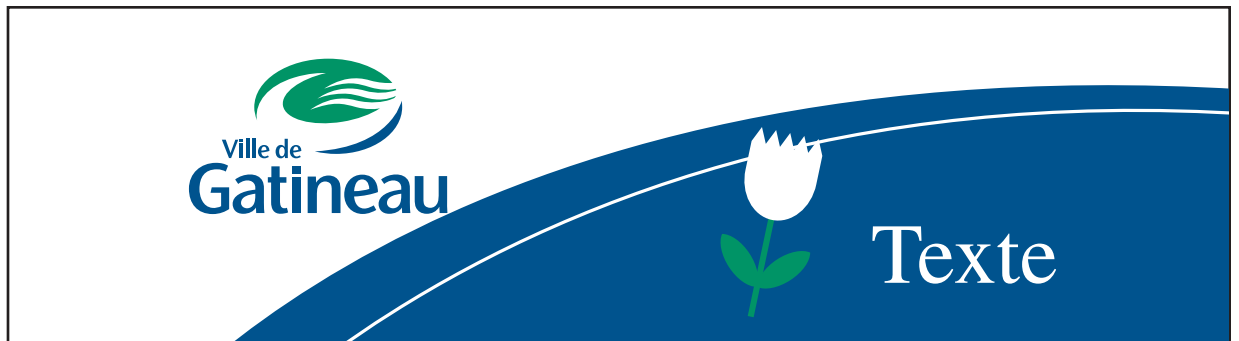




⊘ **Ne jamais** placer l'élément courbe à l'envers, et ne pas utiliser le logotype de façon à ce qu'il le chevauche. Se rapporter aux règles de dégagement (voir la section 1.3 et le point 1.5.3).



⊘ **Ne jamais** utiliser le G tramé à l'envers ou placer le logotype de façon à ce qu'il le chevauche. Se rapporter aux règles de dégagement (voir la section 1.3 et le point 1.5.3).

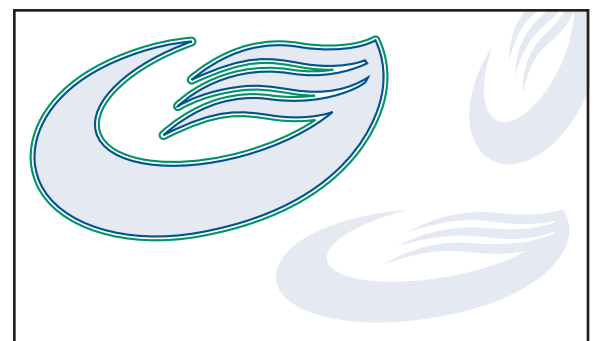


⊘ **Ne jamais** placer l'élément courbe trop près du logotype. Se rapporter aux règles de dégagement (voir la section 1.3 et le point 1.5.3).

⊘ **Ne jamais** superposer d'élément graphique ou de texte utilisant une autre typographie que le *Forever Two*. Toute exception devra être approuvée par le Service des communications.



⊘ Lorsqu'on utilise le fond bleu courbé, n'utiliser le logotype blanc sur fond bleu que lorsqu'il est impossible d'utiliser le bleu et vert sur fond blanc. **Ne jamais** placer le logotype trop près du filet blanc. Se rapporter aux règles de dégagement (voir la section 1.3 et le point 1.5.3).



⊘ Ne jamais utiliser le fond tramé (le G stylisé) de ces façons :

- **seul** ou « flottant » (voir les points 1.5.2 et 1.5.4)
- **comme élément principal** (voir le point 1.5.2)
- **plusieurs fois** dans le même espace graphique
- **cadré très différemment** ou en angle (voir le point 1.5.4)
- **distorsionné** ou avec des « effets spéciaux » (voir le point 1.4.2)
- **avec des textures, des contours**, etc. (voir le point 1.4.2)

Typographie

2.1 TYPOGRAPHIE OFFICIELLE

- 2.1.1 CARACTÈRES EMPLOYÉS DANS LE LOGOTYPE
- 2.1.2 PRÉSENTATION DE LA TYPOGRAPHIE OFFICIELLE
- 2.1.3 GRAISSES RECOMMANDÉES

2.2 UTILISATION

- 2.2.1 RÈGLES GÉNÉRALES
- 2.2.2 CRÉNAGE
- 2.2.3 EXEMPLES DE BONS USAGES
- 2.2.4 EXEMPLES DE MAUVAIS USAGES



Typographie officielle


2.1.1 CARACTÈRES EMPLOYÉS DANS LE LOGOTYPE


Les caractères qu'arborent le logotype ont été dessinés expressément pour servir ce dernier et ne proviennent donc pas d'une fonte existante. **Ils ne doivent jamais être employés autrement que dans le logotype.**

2.1.2 PRÉSENTATION DE LA TYPOGRAPHIE OFFICIELLE

La typographie *Forever Two*, de la fonderie Treacy Faces, constitue l'unique typographie officielle de la Ville de Gatineau. Cette famille de caractères a été choisie pour son dessin vif et net, sa forme générale moderne, à la fois simple et raffinée, mais aussi pour sa vaste gamme des graisses disponibles (huit différentes en plus des italiques). Nous ne suggérons que l'utilisation de trois graisses distinctes dans ce guide (régulier, médium et demi-gras, voir le point 2.1.3), mais les variations peuvent être employées au besoin.

L'emploi unique du *Forever Two* est **requis** dans toutes les publications municipales **de type corporatif**. Pour les publications de type marketing, elle n'est pas nécessaire.

 Attention de ne pas confondre la fonte *TF Forever* avec *TF Forever Two*. Elles présentent de subtiles différences et **c'est la version *Two* que nous privilégierons.**

 Conformément aux lois régissant les droits d'auteur, nous avons omis de fournir les fichiers électroniques de la fonte sur le cédérom complémentaire à ce guide (disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau).

a) *Forever Two Regular*, 68 / 72 pt

abcdefghijklmnopno
pqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLM
MNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

1234567890
@# \$ £ € % ! ? & *) ;

b) *Forever Two Italic*, 68 / 72 pt

*abcdefghijklmnopno
pqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUV
WXYZ*

*1234567890
@#£€%!?&*);*

c) *Forever Two Medium*, 68 / 72 pt

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTU
WXYZ
1234567890
@# \$ £ € % ! ? & *) ;

* Cette graisse est utilisée dans certains cas de signalisation où l'italique n'est pas nécessaire.

d) *Forever Two Demi*, 68 / 72 pt

**abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLM
MNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ**

1234567890

@# \$ £ € % ! ? & *) ;

e) *Forever Two Demi Italic, 68 / 72 pt*

*abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTU
WXYZ*


1234567890

@# \$£€% !?&);*

2.2.1 RÈGLES GÉNÉRALES

L'utilisation de la police *Forever Two* pour le texte courant ou les gros titres est assez simple, mais il faut tout de même porter attention à certains points. Par exemple, dans du texte courant entre 6 et 14 pt de corps, il ne faut jamais réduire l'approche (*tracking*) à moins de -1, surtout en italique. La *Forever Two* possède déjà de bons paramètres de crénage (*kerning*), alors il est dangereux de la modifier, surtout de rapprocher les caractères lorsqu'on l'utilise dans de petits corps. Au contraire, sous les 14 pt, nous suggérons d'augmenter l'approche jusqu'à une valeur de 2 ou 3, ce qui aère le texte et guide mieux l'œil dans la lecture. Il serait aussi très important d'avoir une valeur d'interligne (*leading*) assez dégagée, soit un minimum de 2 pt de plus que le corps du texte. Par exemple, un texte composé dans un corps de 10 pt devrait avoir au moins 12 pt d'interligne.

Aussi, toute déformation des caractères (compression, étirement ou *horizontal scale*) au-delà de 5% est vivement déconseillée. Cette pratique de distorsion réduit considérablement la lisibilité, car elle altère le dessin original et débalance les formes.

 Le texte courant dans ce guide est composé en 9,5 pt de corps sur 20 pt d'interligne avec une approche de 3, sans déformation.

2.2.2 CRÉPAGE

Lorsqu'on compose du texte dans un corps assez imposant (plus de 18 pt, dans notre cas), il est important de vérifier le crépage (*kerning*). En effet, bien que la *Forever Two* possède d'excellents paramètres de crépage, il faut tout de même intervenir, parfois, entre certaines paires de caractères. Cette opération, bien que souvent négligée, est pratique courante en typographie. Elle a pour but d'empêcher que des espaces (réelles ou résultant d'un effet optique) trop minces ou trop larges apparaissent entre les caractères et cassent ainsi le rythme de lecture, empêchant notre œil de bien « glisser ». Les exemples ci-dessous illustrent quelques cas problématiques et démontrent comment y remédier avec des valeurs d'approche (crépage) précises.

a) *Crépage non appliqué (corps de 44 pt)*

typographie

crénage

rapprocher

01 27 91

b) *Crépage appliqué (corps de 44 pt)*

typographie

crénage

rapprocher

01 27 91

6 -3 -1 2 -4 -4 -2 -1

1 -4 -5

1 -2 -4 -2 2 -2 -1

8 10 8

Forever Two régulier
corps de 36 pt, approche de -1, crénage appliqué
et compression de 3 % (ou « horizontal scale » de 97 %)

Le 1^{er} janvier 2002, la nouvelle ville

de Gatineau est née et comptait à ce jour une population de 228 000 personnes. Elle est située juste en face d'Ottawa, la capitale du Canada. Les deux villes sont séparées par la rivière des Outaouais, qui coule entre le Québec et l'Ontario.

Forever Two demi-gras
corps de 8,5 pt, approche de 2, interligne de 12 pt

La nouvelle Ville de Gatineau s'identifie par un symbole rassembleur formé d'un G stylisé qui embrasse d'un mouvement son territoire. Les trois formes onduyantes représentent les rivières traversant la ville d'ouest en est et du nord au sud. Ces trois éléments, ajoutés aux rubans verts qui les séparent, rappellent les cinq municipalités à l'origine de la nouvelle ville : Aylmer, Buckingham, Gatineau, Hull et Masson-Angers. Le bleu évoque l'eau et l'air pur; le vert, la nature, la croissance et la sécurité.

Forever Two italique
corps de 8 pt, approche de 3, interligne de 14 pt

Bienvenue!

Forever Two demi-gras italique
corps de 46 pt, approche de 0, crénage appliqué



Forever Two régulier
corps de 36 pt, approche de -1, crénage non appliqué
et compression de 10 % (ou « horizontal scale » de 90 %)

Le 1^{er} janvier 2002, la nouvelle ville

de Gatineau est née et comptait à ce jour une population de 228 000 personnes. Elle est située juste en face d'Ottawa, la capitale du Canada. Les deux villes sont séparées par la rivière des Outaouais, qui coule entre le Québec et l'Ontario.



Forever Two demi-gras
approche de -5

La nouvelle Ville de Gatineau s'identifie par un symbole rassembleur formé d'un G stylisé qui embrasse d'un mouvement son territoire. Les trois formes ondoyantes représentent les rivières traversant la ville d'ouest en est et du nord au sud. Ces trois éléments, ajoutés aux rubans verts qui les séparent, rappellent les cinq municipalités à l'origine de la nouvelle ville : Aylmer, Buckingham, Gatineau, Hull et Masson-Angers. Le bleu évoque l'eau et l'air pur; le vert, la nature, la croissance et la sécurité.

Bienvenue!



Forever Two italique
corps de 8 pt, interligne de 8,5 pt



Forever Two demi-gras italique
approches non rectifiées

Papeterie

3.1 PAPETERIE GÉNÉRALE



- 3.1.1 EN-TÊTE DE LETTRE
- 3.1.2 ENVELOPPE D’AFFAIRES
- 3.1.3 ENVELOPPE D’INVITATION
- 3.1.4 ENVELOPPE TOUS USAGES
- 3.1.5 CARTE PROFESSIONNELLE
- 3.1.6 COMMUNIQUÉ
- 3.1.7 FORMULAIRE DE TÉLÉCOPIE
- 3.1.8 FORMULAIRES DIVERS
- 3.1.9 CHÈQUE
- 3.1.10 POCLETTE
- 3.1.11 COUVERTURE DE PUBLICATION
- 3.1.12 COUVERTURE TOUS USAGES
- 3.1.13 ÉTIQUETTE



Papeterie générale

Souvent, l'un des premiers endroits où se manifeste un programme d'identité visuelle, la papeterie est en réalité un véhicule puissant de l'image corporative. Par cette présence, elle permet de joindre aisément un vaste auditoire et doit projeter une image positive, ordonnée et cohérente.

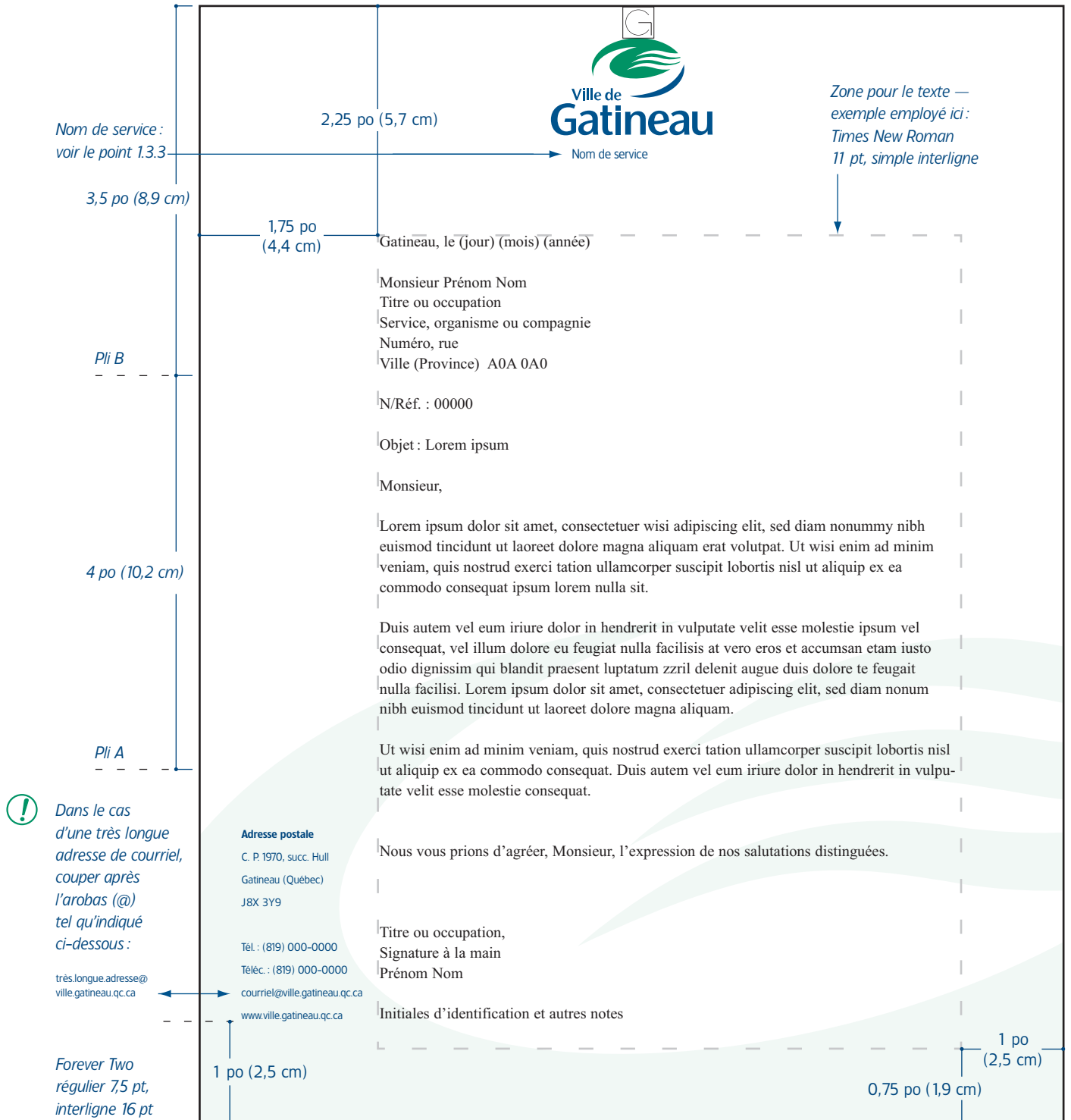
C'est pourquoi la présentation soignée de toute cette gamme d'outils joue un rôle si capital dans la diffusion de l'identité visuelle.

-  Les règles d'emploi du logotype et de la typographie s'appliqueront telles qu'édictées aux chapitres 1 et 2.
-  Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

3.1.1 EN-TÊTE DE LETTRE

L'en-tête de lettre est assez flexible pour permettre l'inscription du nom d'un service sous le logotype et l'ajout ou le retrait de coordonnées dans la zone d'adresse, au bas à gauche. Lors de la rédaction, si la place manque sur la première page, on insérera des pages blanches supplémentaires et on conservera les mêmes marges. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

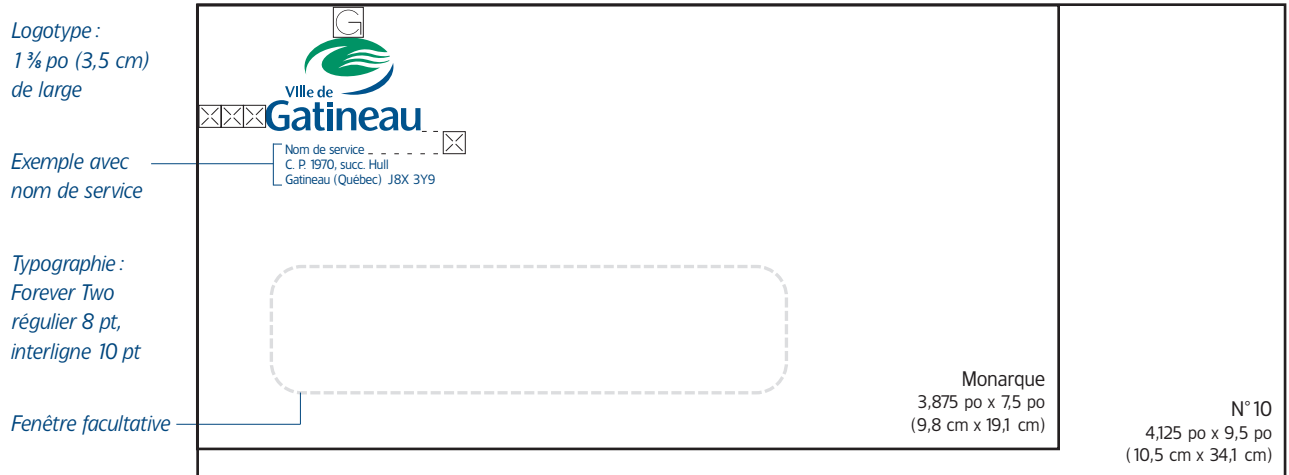
70 % de la dimension réelle de 8,5 po x 11 po (21,6 cm x 27,9 cm)



3.1.2 ENVELOPPE D'AFFAIRES

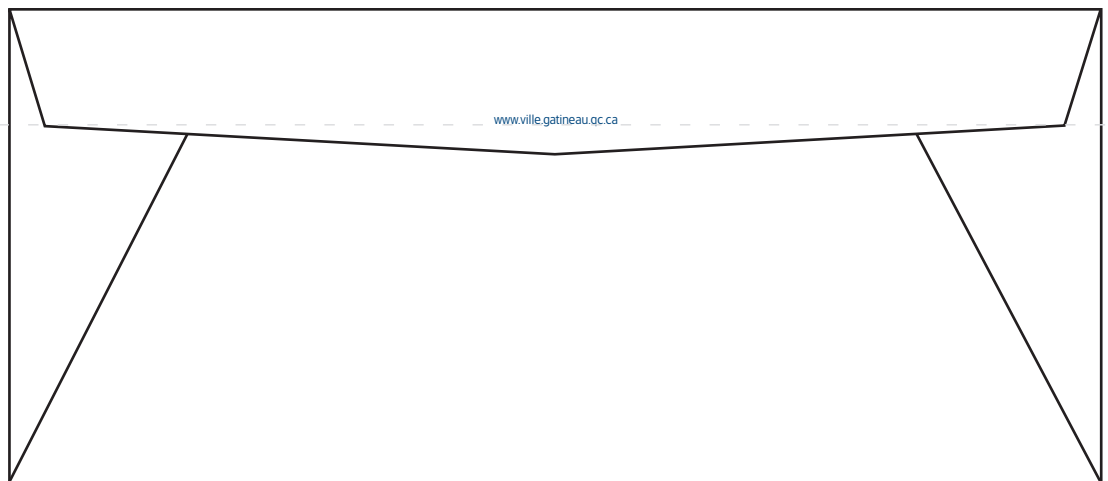
Tout comme l'en-tête de lettre, les enveloppes peuvent arborer un nom de service sous le logotype, selon le positionnement habituel (voir le point 1.3.3), mais doivent aussi présenter l'adresse. Celle-ci est inscrite directement en dessous du nom de service. S'il n'y en a pas, elle est soumise aux mêmes règles que le nom. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

Recto (avec fenêtre ou non) — 60 % de la dimension réelle



Rabat (site Web facultatif)

Typographie :
Forever Two
régulier 8 pt



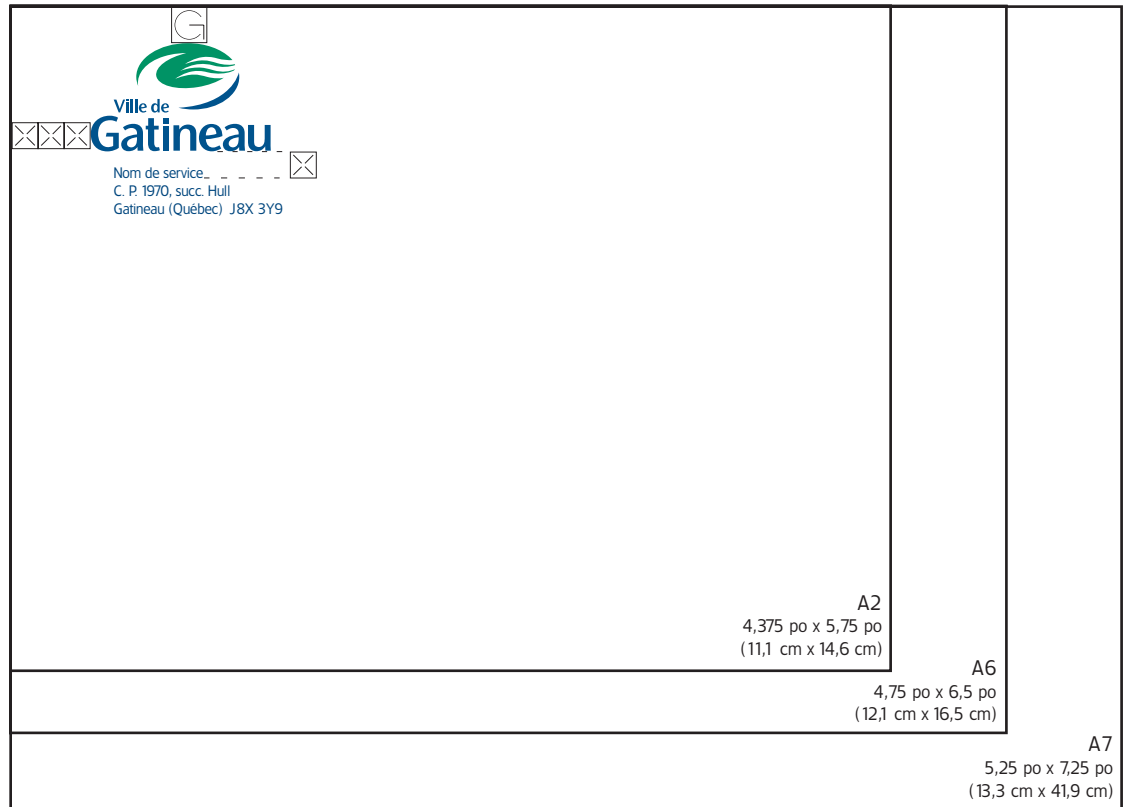
3.1.3 ENVELOPPE D'INVITATION

Plusieurs formats peuvent être produits à partir du modèle détaillé de l'enveloppe d'affaires (voir le point 3.1.2) en conservant exactement les mêmes règles. Les proportions sont les mêmes pour toutes les familles d'enveloppes moindres que 9 po x 12 po (22,9 cm x 30,5 cm). On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

Recto — 80 % des dimensions réelles

*Logotype :
1 ¼ po (28,5 cm)
de large*

*Typographie :
Forever Two
régulier 6,75 pt,
interligne 8 pt*



Rabat (site Web facultatif)



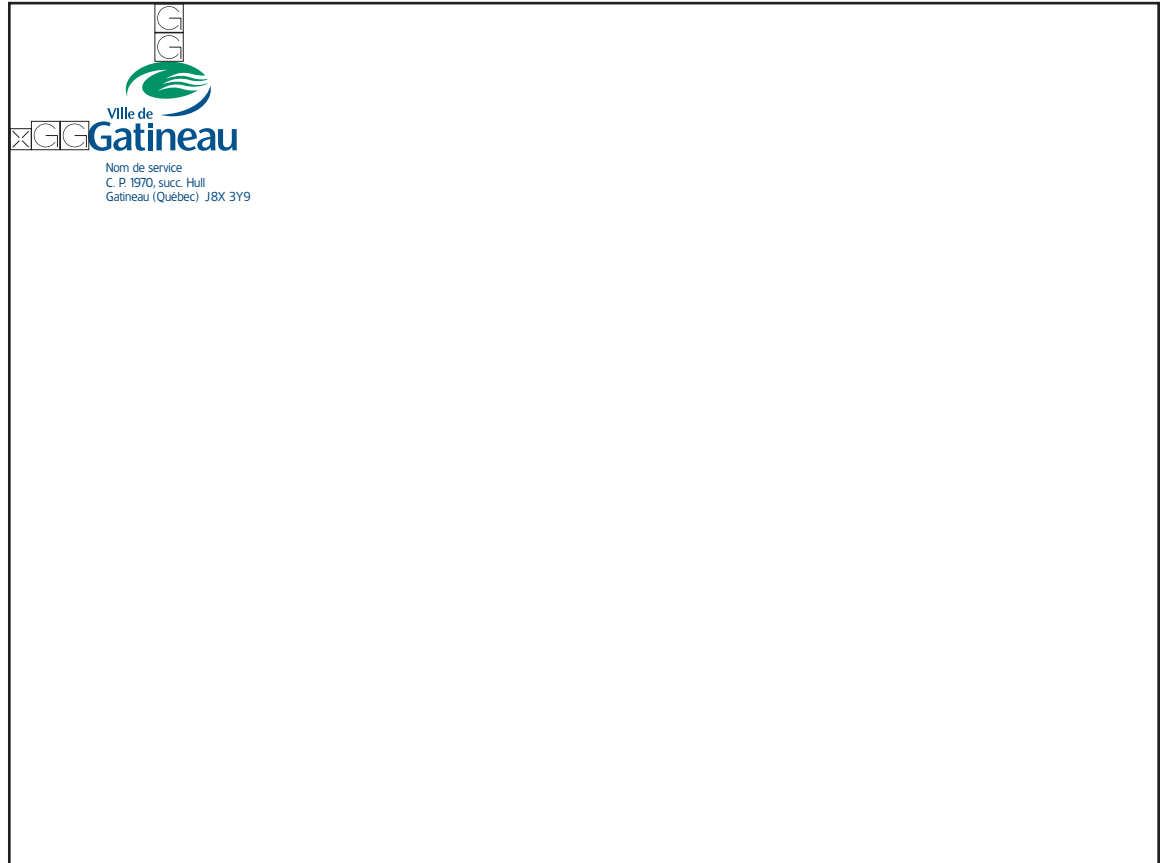
3.1.4 ENVELOPPE TOUS USAGES

Pour les enveloppes 9 po x 12 po (22,9 cm x 30,5 cm) et les formats similaires, le logotype et la typographie sont grossis pour mieux s'adapter à la grande surface. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

Recto — 50 % de la dimension réelle

*Logotype :
1 ½ po (4,1 cm)
de large*

*Typographie :
Forever Two
régulier 9,25 pt,
interligne 11,25 pt*



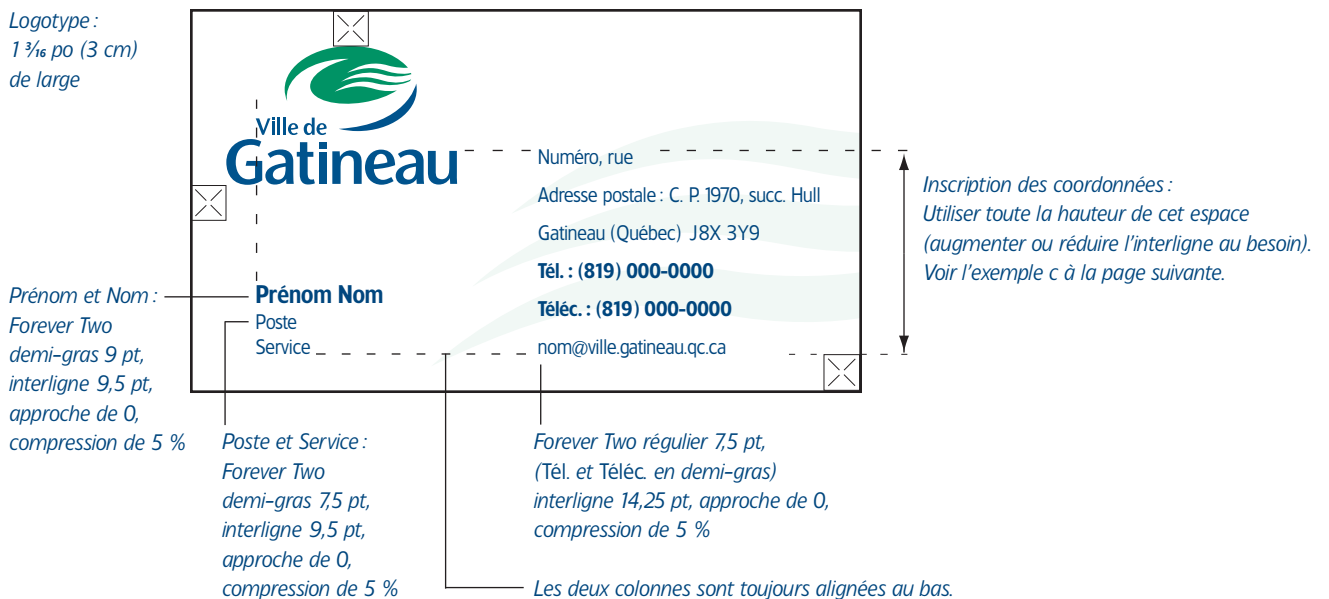
Rabat tourné à 90° (site Web facultatif)



3.1.5 CARTE PROFESSIONNELLE

Comme le nombre de lignes requises pour l'inscription des informations est impossible à prévoir, une grille flexible a été attribuée à la carte professionnelle. Dans la partie droite, où l'on inscrit les coordonnées, la ligne supérieure doit être alignée avec le haut du u du logotype. La ligne du bas doit être « assise » à une hauteur d'x (du logotype, bien sûr) du bas de la carte. Quant à la zone réservée au nom de l'employé et à son titre, quatre « cas-types » ont été prévus, voir les exemples a, c, d et e. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

a) Recto — dimension réelle de 3,5 po x 2 po (8,9 cm x 5,1 cm) — modèle court : 2 lignes sous le nom



b) Verso — dimension réelle



c) *Modèle moyen n° 1 : 3 lignes sous le nom et longue adresse (8 lignes)*

 Ville de Gatineau	Numéro, rue Adresse postale : C. P. 1970, succ. Hull Gatineau (Québec) J8X 3Y9 Tél. : (819) 000-0000, poste 0000 Télec. : (819) 000-0000 Tél. cell. : (819) 000-0000 nom@ville.gatineau.qc.ca
<input type="checkbox"/>	
Prénom Nom Chef de division Fêtes et festivals Module – Culture et loisirs	

*Inscription des coordonnées :
Utiliser toute la hauteur de cet espace
(augmenter ou réduire l'interligne au besoin).
Ici, l'interligne a été diminuée à 11,9 pt.*

d) *Modèle moyen n° 2 : 4 lignes sous le nom*

 Ville de Gatineau	Numéro, rue Adresse postale : C. P. 1970, succ. Hull Gatineau (Québec) J8X 3Y9 Tél. : (819) 000-0000 Télec. : (819) 000-0000 nom@ville.gatineau.qc.ca
<input type="checkbox"/>	
Prénom Nom Technicien Traitement des eaux et gestion des matières résiduelles Travaux publics et environnement	

e) *Modèle long : 5 lignes sous le nom (cas extrême)*

*On resserre
l'interligne à
8,6 pt pour
respecter
l'espace de
dégagement
du logotype*

 Ville de Gatineau	Numéro, rue Adresse postale : C. P. 1970, succ. Hull Gatineau (Québec) J8X 3Y9 Tél. : (819) 000-0000, poste 0000 Télec. : (819) 000-0000 nom@ville.gatineau.qc.ca
<input type="checkbox"/>	
Prénom Nom Responsable, équipe mobile électricité/instrumentation/télémétrie Traitement des eaux et gestion des matières résiduelles Travaux publics et environnement	

3.1.6 COMMUNIQUÉ

Le communiqué de presse arbore, dans sa marge gauche, le thème ainsi que la mention « Communiqué » placée à 90°. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

70 % de la dimension réelle de 8,5 po x 11 po (21,6 cm x 27,9 cm)

Forever Two régulier 11 pt, interligne 13 pt, approche de 0 → Affaires municipales

2,25 po (5,7 cm)

COMMUNIQUÉ

Forever Two régulier 62 pt, approche de 0 →

Ville de Gatineau

Zone pour le texte — se référer en l'en-tête de lettre pour les détails techniques

TITRE DU COMMUNIQUÉ

Gatineau, le (jour) (mois) (année) – Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur wisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat ipsum lorem nulla sit.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie ipsum vel consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan etam iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat.

Laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat ipsum.

– 30 –

Publié par : Service des communications
Source : Nom, (819) 000-0000

Adresse postale
C. P. 1970, succ. Hull
Gatineau (Québec)
J8X 3Y9

Tél. : (819) 000-0000
Télec. : (819) 000-0000
courriel@ville.gatineau.qc.ca
www.ville.gatineau.qc.ca

2 po (5,1 cm)

1 po (2,5 cm)

0,75 po (1,9 cm)

3.17 **FORMULAIRE DE TÉLÉCOPIE**

Afin de permettre une reproduction claire et constante sur tous les télécopieurs, le formulaire de télécopie arbore un logotype plus gros, des espaces dégagés et ne présente aucune trame (on n'utilise que du noir à 100 % d'intensité). Aucune version couleur n'est nécessaire.

70 % de la dimension réelle de 8,5 po x 11 po (21,6 cm x 27,9 cm)



Télécopie

DESTINATAIRE

EXPÉDITEUR

_____	Nom	_____
_____	Service ou organisme	_____
_____	Téléphone	_____
_____	Télécopieur	_____
_____	Courriel	_____

MESSAGE

Date

A | M | J

pages incluant celle-ci

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

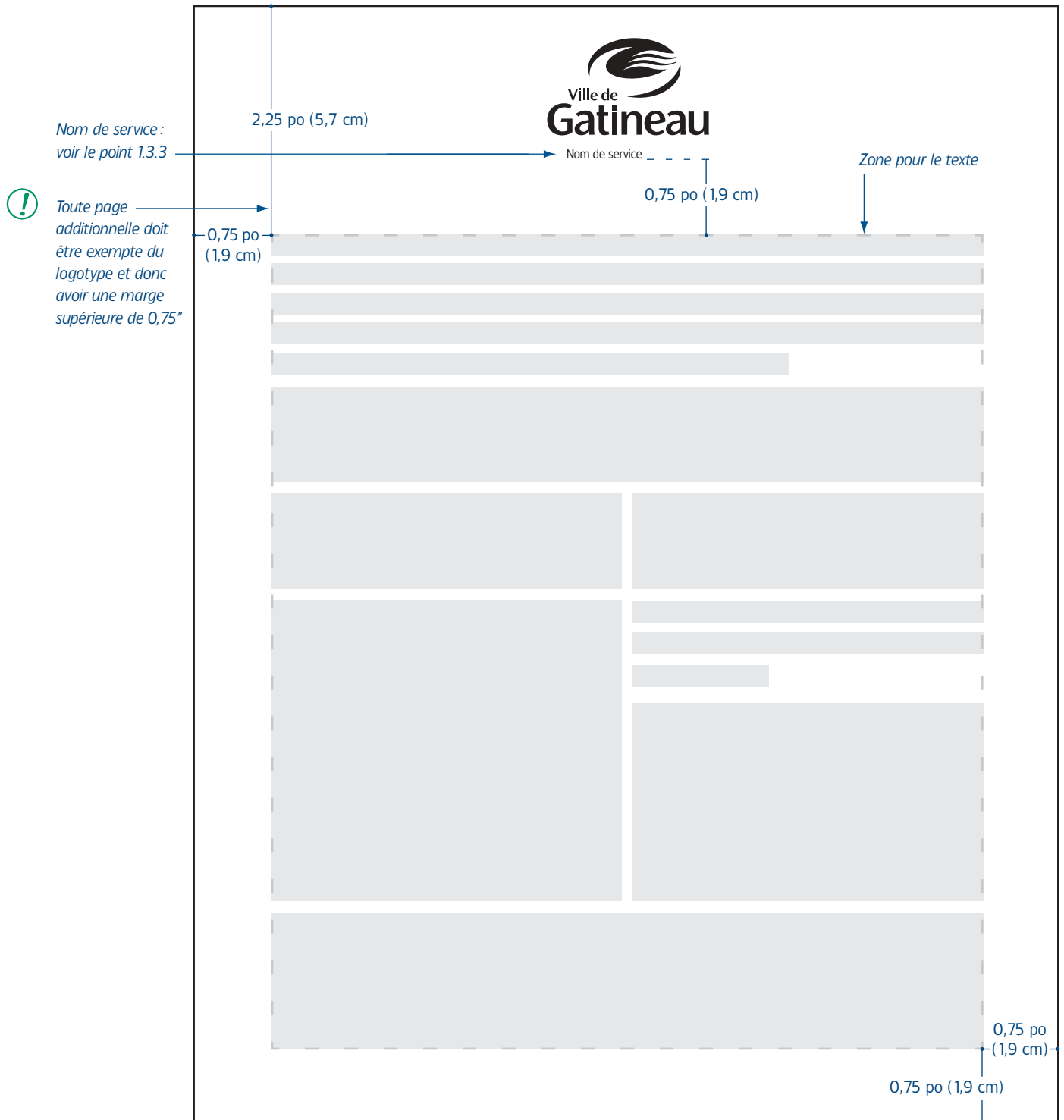
.....

Ce message est confidentiel. Il est réservé à l'usage de la personne ou de l'entité à qui il est adressé.
S'il vous a été transmis par mégarde, veuillez nous en aviser immédiatement par téléphone et détruire le message original. Merci.

3.18 FORMULAIRES DIVERS

Pour les autres formulaires et outils de communications internes (comme les notes de service, par exemple), il est important de respecter la mise en pages de base, telle qu'illustrée ci-dessous. Le logotype doit apparaître en haut de la première page, seul et centré, et les marges pour le texte doivent demeurer constantes. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

70 % de la dimension réelle de 8,5 po x 11 po (21,6 cm x 27,9 cm)
(on peut adapter ce format selon les besoins, en respectant les proportions des marges et de l'en-tête)



3.1.9 CHÈQUE

Cette adaptation se différencie des applications courantes par les dégradés et l'utilisation de l'élément graphique complémentaire en vert sur fond vert pâle. Cela a pour but de donner un caractère à la fois unique et familier au chèque, et il serait donc préférable de ne pas l'imiter ailleurs.

70 % de la dimension réelle de 8,5 po x 11 po (21,6 cm x 27,9 cm)

Ville de Gatineau C. P. 1970, succ. Hull
Gatineau (Québec) J8X 3Y9

DATE (J - M - A) CHÈQUE NUMÉRO MONTANT

PAYEZ À L'ORDRE DE

BANQUE NATIONALE DU CANADA, 600, RUE DE LA GAUCHETIÈRE OUEST, 13^e ÉTAGE, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3B 4L2

DATE (J - M - A) CHÈQUE NUMÉRO

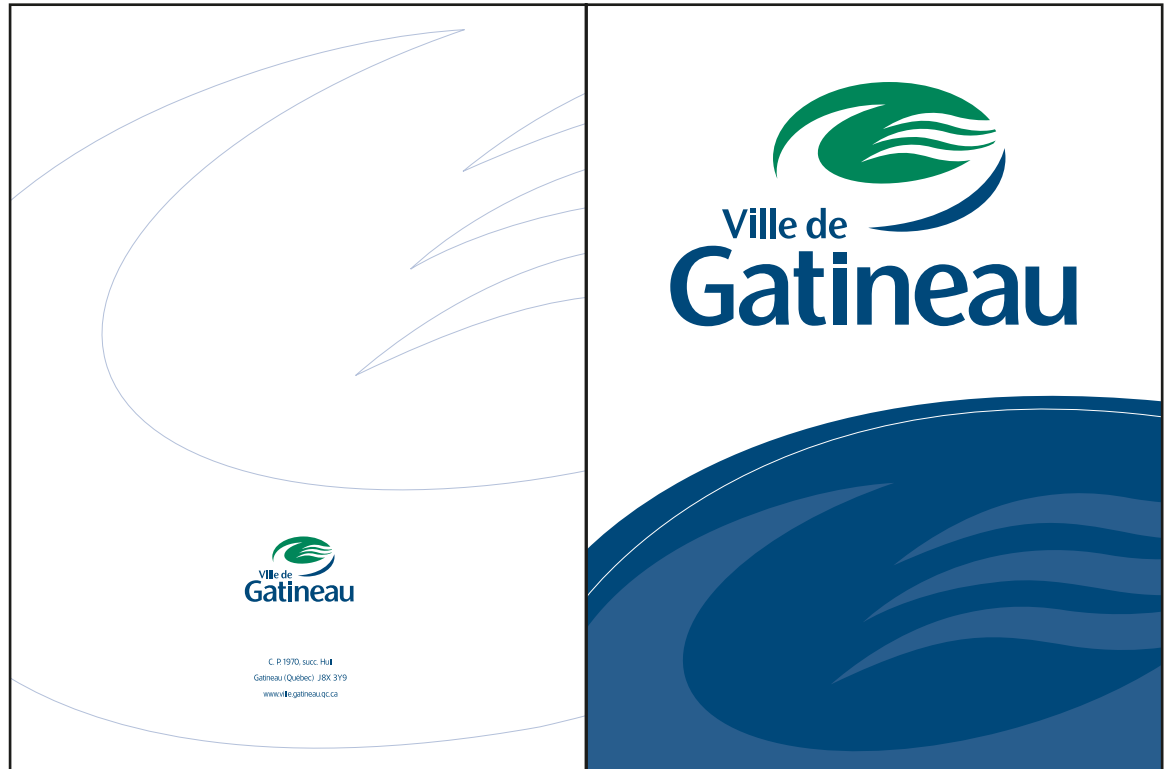
RÉFÉRENCE MONTANT

Ville de Gatineau, C. P. 1970, succ. Hull, Gatineau (Québec) J8X 3Y9 • Tél. : (819) 000-0000 • Téléc. : (819) 000-0000 • www.ville.gatineau.qc.ca

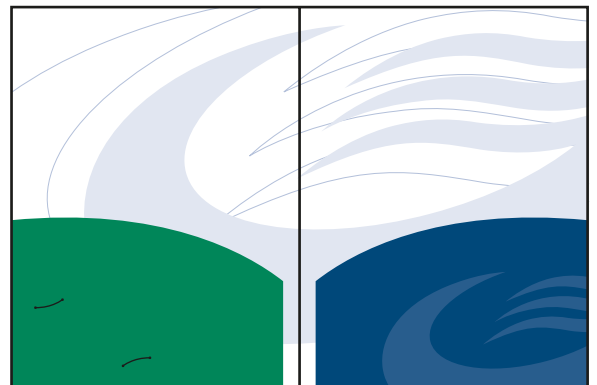
3.1.10 **POCHETTE**

Communément appelé la pochette de presse, cet outil constitue l'emballage de la documentation destinée aux médias. C'est pourquoi il est important de garder la présentation simple et sans encombrement. Un gros logotype et une bonne balance des masses de couleur et du blanc accomplissent le travail.

*Arrière et avant — 70 % de la dimension réelle de 9 po x 12 po (22,9 cm x 30,5 cm) (fermé)
ou 18 po x 12 po (45,7 cm x 30,5 cm) (ouvert)*



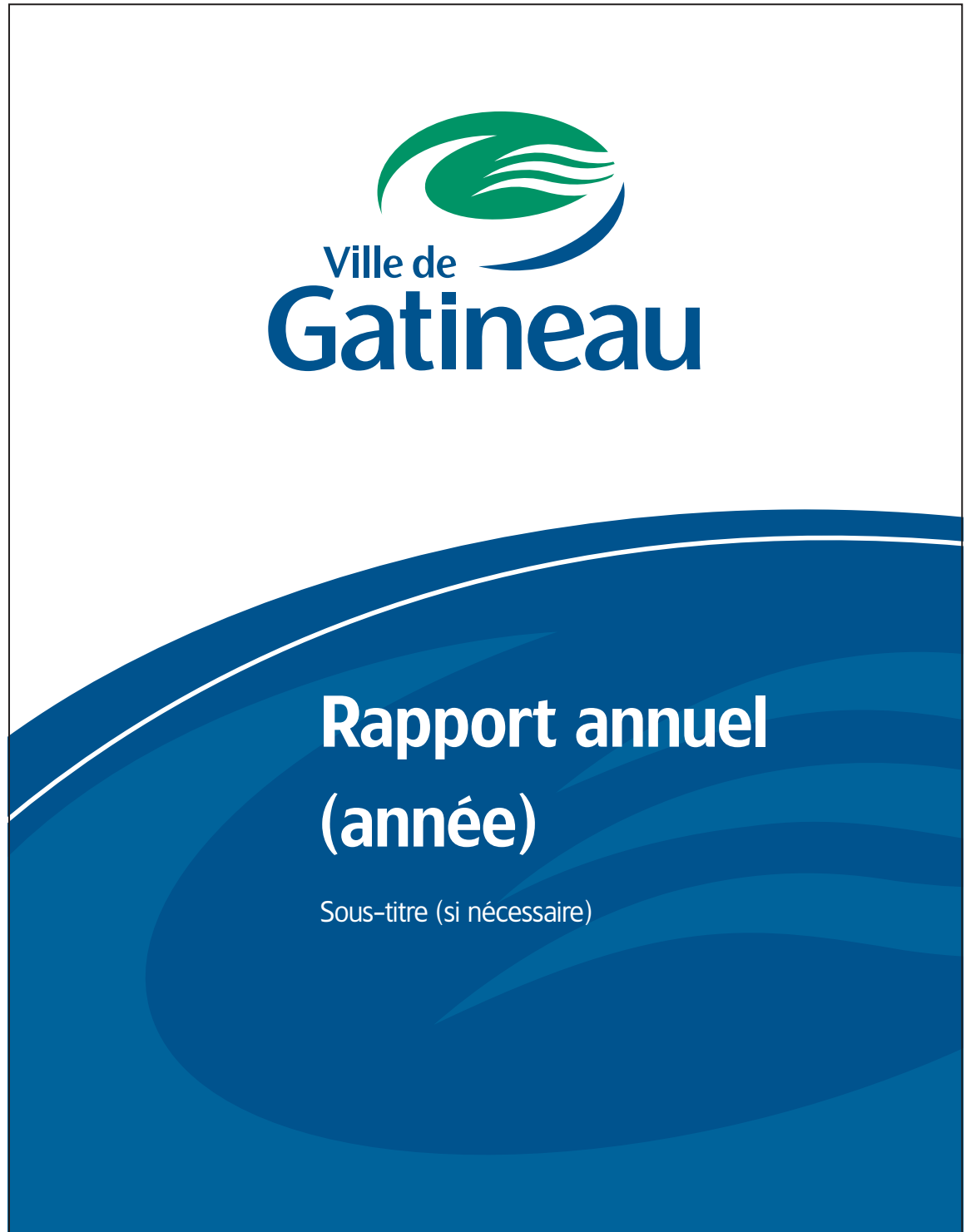
Intérieur — 35 % de la dimension réelle



3.1.11 COUVERTURE DE PUBLICATION

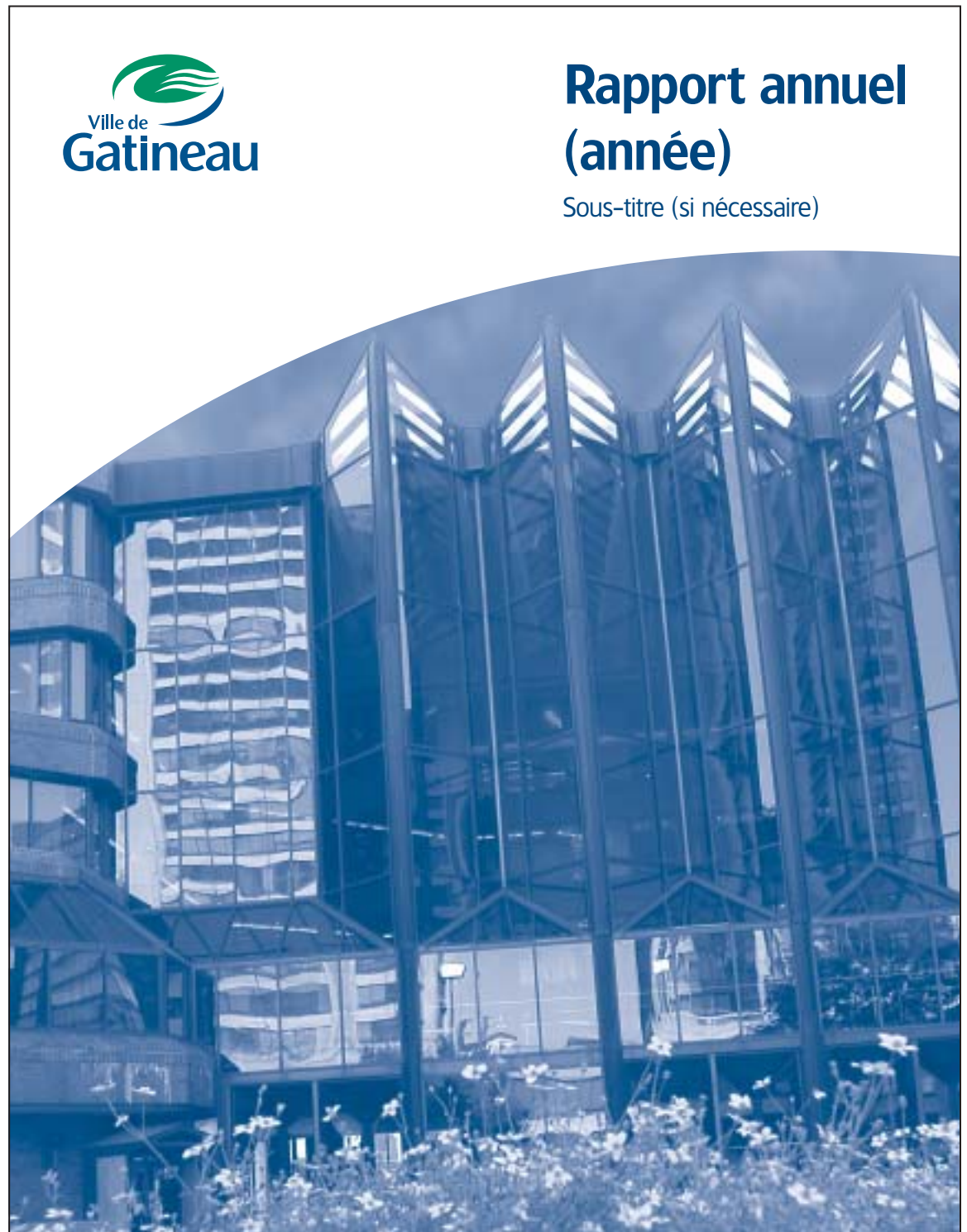
Tout comme la pochette, la couverture d'une publication municipale officielle doit être un modèle irréprochable d'utilisation du programme d'identité visuelle. Cela ne veut pas dire pour autant qu'il faut toujours employer le même gabarit. Les multiples avenues possibles peuvent se classer en deux catégories : la couverture sans visuel particulier et celle avec un visuel ajouté.

a) Exemple **sans visuel** spécifique autre que les éléments de la signature courante — formats variables

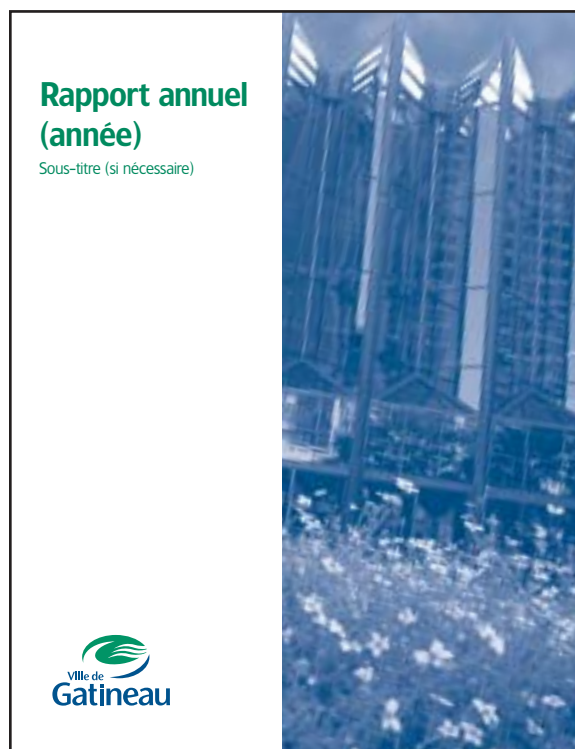


Dans les cas où l'on voudrait employer un visuel spécial (photo, illustration), les possibilités sont variées. Le mot d'ordre est de respecter à la lettre les règles d'emploi de couleurs, de dégagement et de typographie (voir les sections 1.2 et 1.3 ainsi que le chapitre 2, respectivement). Bref, il faut donner une bonne visibilité au logotype et ne pas le « fondre » dans le visuel principal. Il n'y a pas de restrictions pour l'utilisation de l'espace créatif et de l'arrière.

b) Exemple **avec visuel** n° 1 (ici en deux couleurs, mais il n'y a pas de restrictions à ce niveau) — formats variables

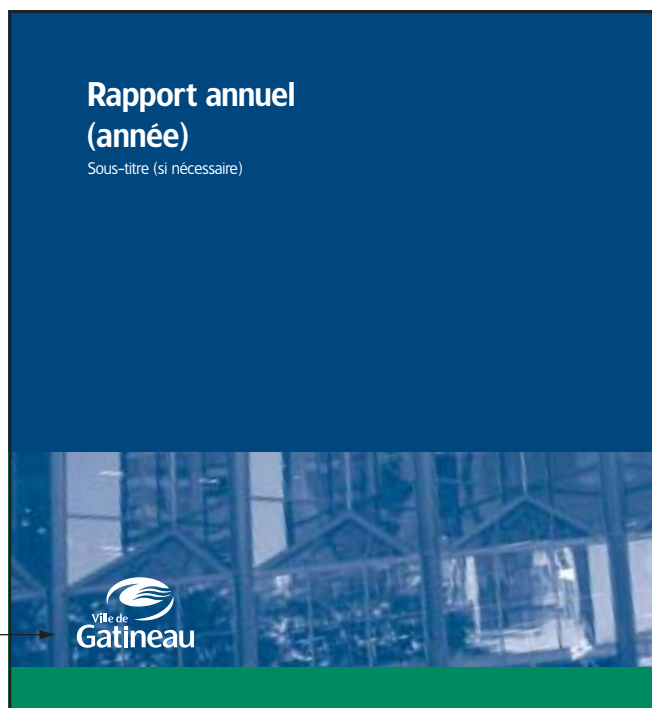


- c) Exemple **avec visuel** n° 2
(ici en deux couleurs, mais il n'y a pas de restrictions à ce niveau) — formats variables



- d) Exemple **avec visuel** n° 3
(ici en deux couleurs, mais il n'y a pas de restrictions à ce niveau) — formats variables

Porter une attention particulière lorsque le logotype chevauche une photo, une illustration ou toute autre surface non uniforme. Appliquer les règles édictées précédemment concernant les couleurs, le dégagement et les exemples à proscrire (voir les sections 1.2, 1.3 et 1.4, respectivement).



Le Service des communications devra approuver, selon le cas, toute nouvelle proposition.

3.1.12 COUVERTURE TOUS USAGES

Cette pièce est destinée à recouvrir tous types de documents et donc à leur donner, peu importe le contenu, une apparence cohérente et uniforme. La fenêtre (zone blanche aux coins arrondis illustrée ci-dessous) permet de voir le titre sur la première page.

a) *Modèle deux couleurs. 70 % de la dimension réelle de 8,5 po x 11 po (21,6 cm x 27,9 cm)*



Variante de la couverture vue en a), mais celle-ci n'arbore que le bleu officiel. La fenêtre (zone blanche illustrée ci-dessous) est placée exactement au même endroit. Cet autre modèle se veut une solution économique à l'uniformisation des documents internes.

b) *Modèle une couleur. 70 % de la dimension réelle de 8,5 po x 11 po (21,6 cm x 27,9 cm)*

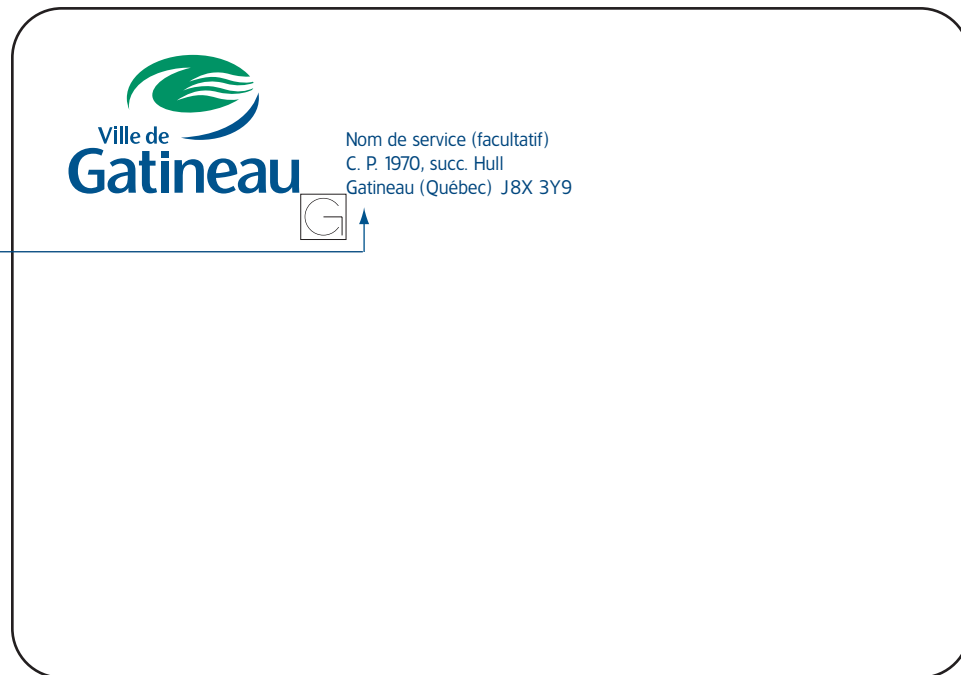


3.1.13 ÉTIQUETTE

Les feuilles d'étiquettes arborent le nom de service ou l'adresse (ou encore les deux) à la droite du logotype, tout comme le chèque. Ceci a pour but de libérer le plus d'espace possible sous l'en-tête. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

Dimension réelle de 5 po x 3,5 po (12,7 cm x 8,9 cm)

*Forever Two
régulier 7 pt,
interligne 9 pt*



Exemple de feuille d'étiquettes — 30 % de la dimension réelle



Véhicules

4.1 VÉHICULES MUNICIPAUX

- 4.1.1 PRÉSENTATION
- 4.1.2 COULEURS ET MATÉRIAUX
- 4.1.3 DIMENSIONS
- 4.1.4 MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LÉGERS
- 4.1.5 MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LOURDS
- 4.1.6 MODÈLES DE RÉFÉRENCE — AUTRES VÉHICULES
- 4.1.7 NUMÉROS D'IDENTIFICATION
- 4.1.8 SYMBOLE DU SYSTÈME TÉLÉPHONIQUE 3-1-1

4.2 VÉHICULES DU SERVICE DE POLICE

- 4.2.1 PRÉSENTATION
- 4.2.2 COULEURS ET MATÉRIAUX
- 4.2.3 MODÈLES DE RÉFÉRENCE

4.3 VÉHICULES DU SERVICE DE SÉCURITÉ INCENDIE

- 4.3.1 PRÉSENTATION
- 4.3.2 COULEURS ET MATÉRIAUX
- 4.3.3 MODÈLES DE RÉFÉRENCE



Véhicules municipaux

4.1.1 PRÉSENTATION

Les véhicules municipaux de la Ville de Gatineau se démarquent essentiellement par leur carrosserie de couleur blanche habillée du logotype officiel ainsi que de l'élément graphique complémentaire. Toutefois, à cause de la variété des catégories et des modèles, tous n'arborent pas les couleurs municipales de la même façon. Une dizaine de véhicules-type sont présentés ici et couvrent la plupart des cas.

Ces modèles agissent comme une référence seulement et il est entendu que **la position relative des éléments graphiques devra être ajustée selon les besoins.**



4.1.2 COULEURS ET MATÉRIAUX

Si les couleurs officielles exactes (voir la section 1.2) ne sont pas disponibles, il faut s'en rapprocher le plus possible. Pour les décalques (vinyle autocollant), plusieurs teintes préfabriquées sont disponibles. Le choix devra être approuvé par le Service des communications. En ce qui concerne la peinture, si elle est utilisée conjointement avec les décalques, il faudra choisir une couleur correspondant exactement à la couleur du décalque retenu.

4.1.3 DIMENSIONS

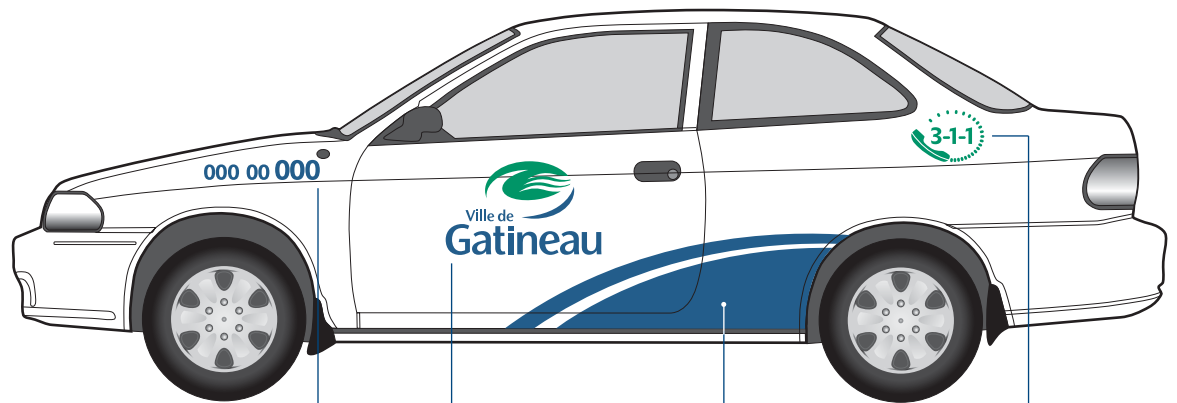
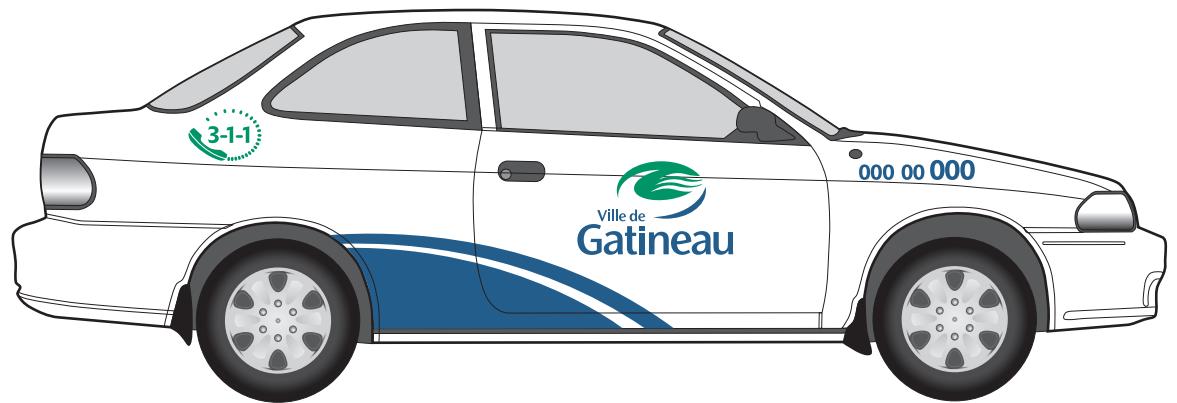
Quatre formats de base du logotype sont proposés pour habiller les différents modèles de véhicules. Il est possible, cependant, que des formats intermédiaires soient utilisés pour les cas spéciaux.

<i>petit</i>	20 po L x 12 po H (51 cm L x 30 cm H)	42 po L x 25,25 po H (107 cm L x 65 cm H)	<i>grand</i>
<i>moyen</i>	24 po L x 14,5 po H (61 cm L x 37 cm H)	72 po L x 43,25 po H (183 cm L x 110 cm H)	<i>très grand</i>

-  Les règles d'emploi du logotype et de la typographie s'appliqueront telles qu'édictées aux chapitres 1 et 2.
-  Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

4.1.4 A MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LÉGERS (HYUNDAI ACCENT)

Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.

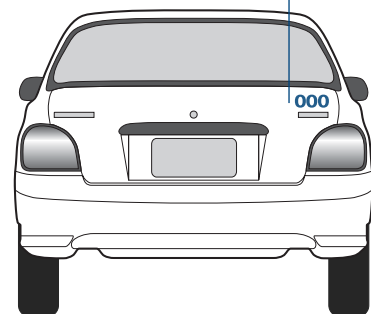
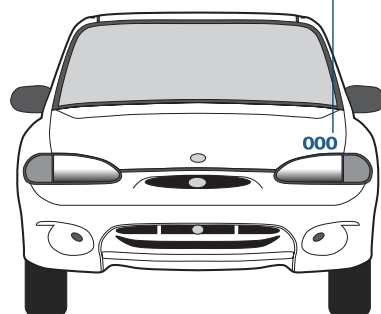


Voir le point 4.1.7

24 po x 14,5 po environ
(61 cm x 37 cm)

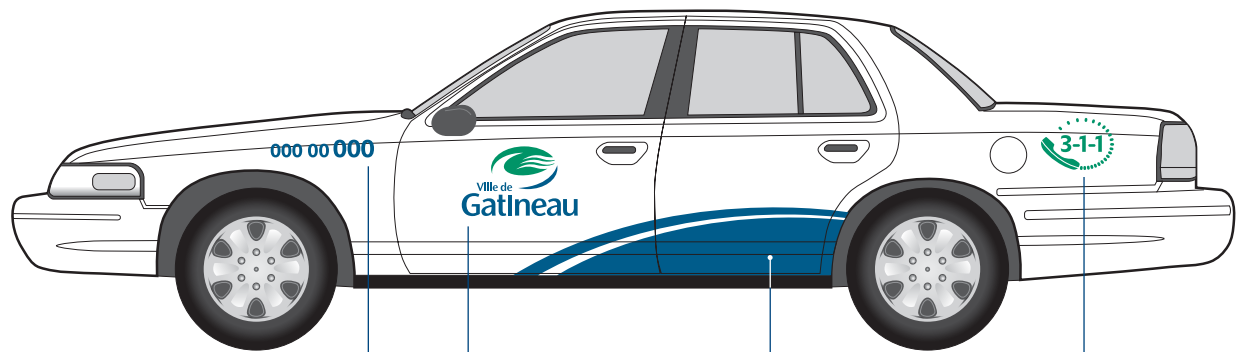
53 po x 14,5 po environ
(135 cm x 37 cm)

Voir le point 4.1.8



4.1.4 B MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LÉGERS (FORD CROWN VICTORIA)

Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.

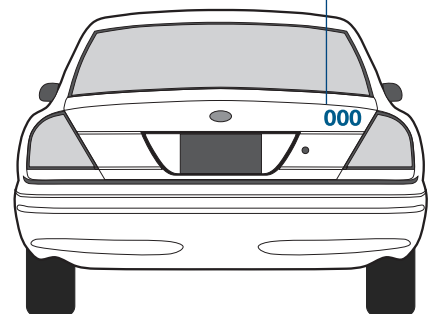
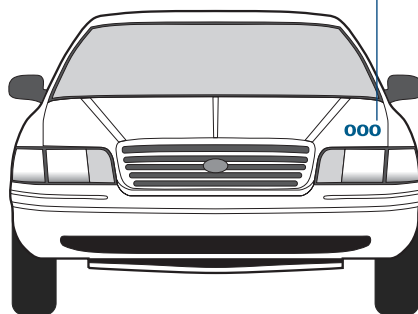


Voir le point 4.1.7

20 po x 12 po environ
(51 cm x 31 cm)

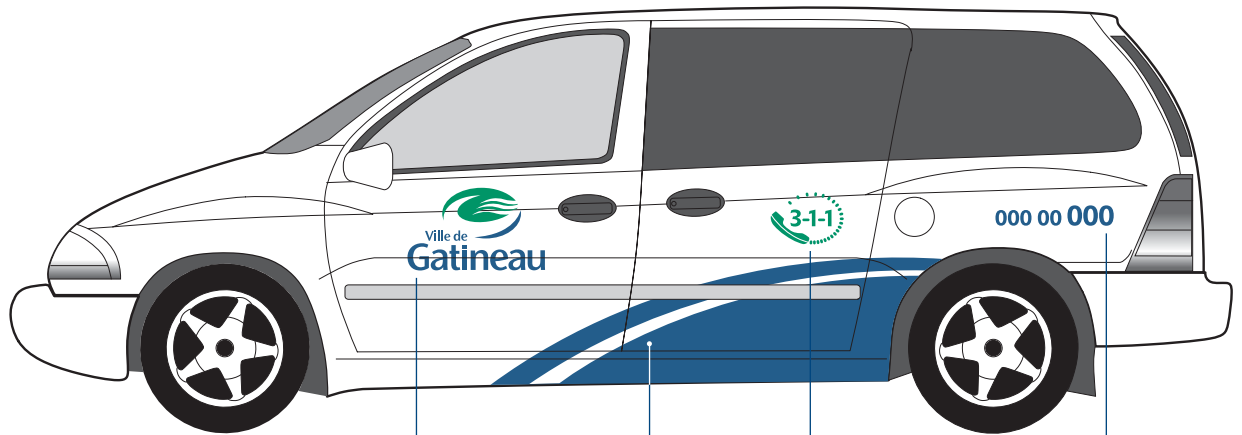
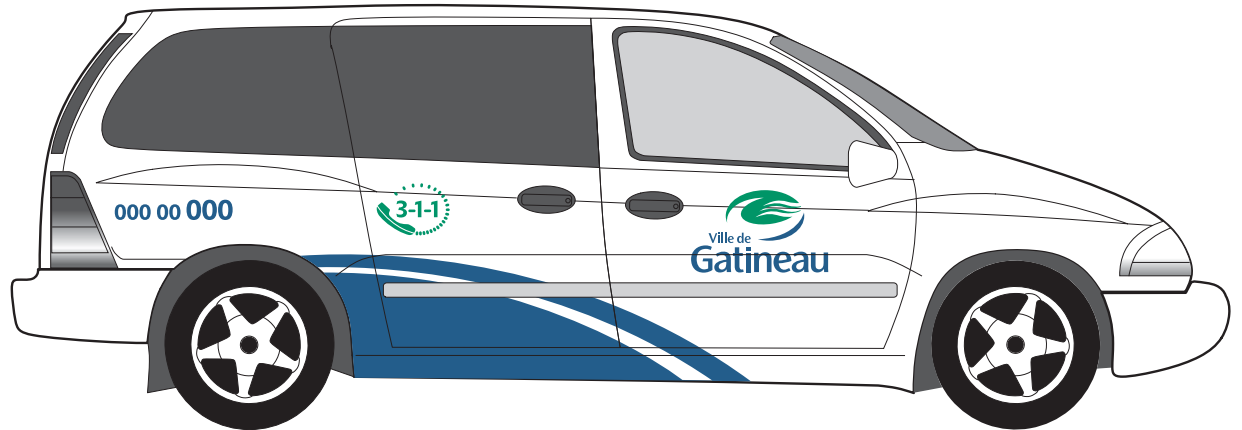
58 po x 11,5 po environ
(147 cm x 29 cm)

Voir le point 4.1.8



4.1.4 c MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LÉGERS (FORD WINDSTAR)

Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.

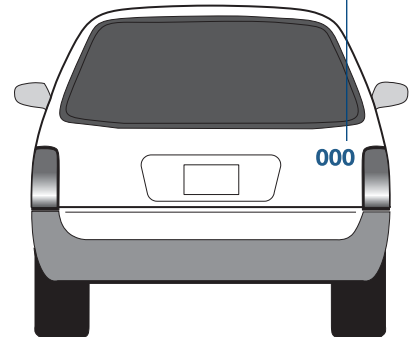
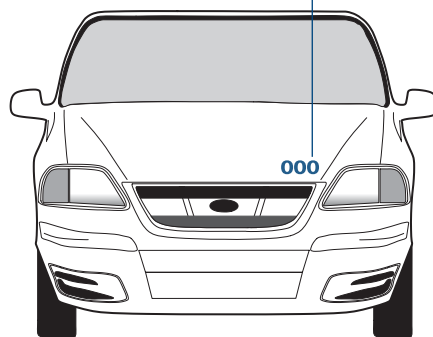


20 po x 12 po environ
(51 cm x 31 cm)

60 po x 16,5 po environ
(152 cm x 42 cm)

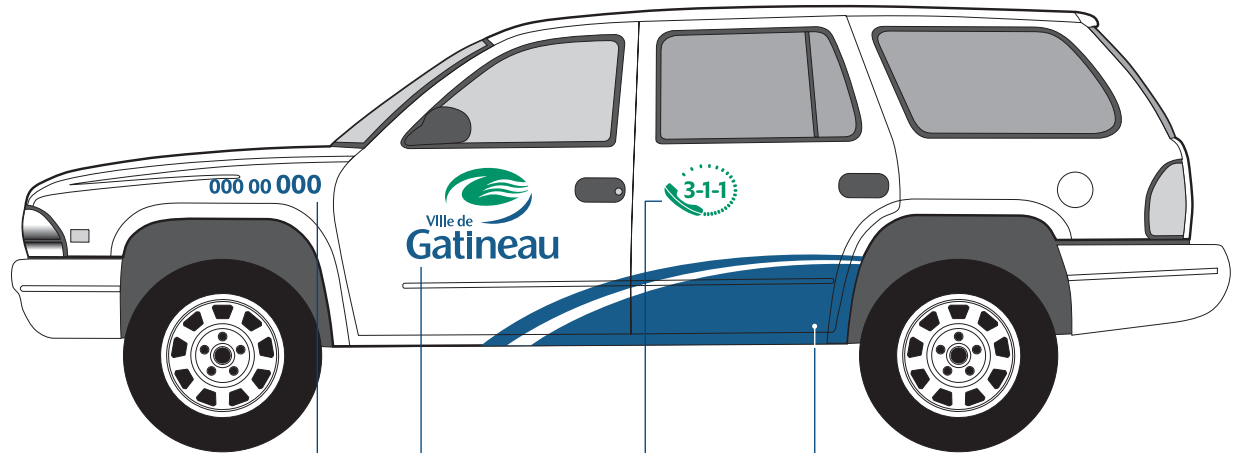
Voir le point 4.1.8

Voir le point 4.1.7



4.1.4 D MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LÉGERS (DODGE DURANGO)

Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées. Modèle valable aussi pour les camionnettes ½ tonne.

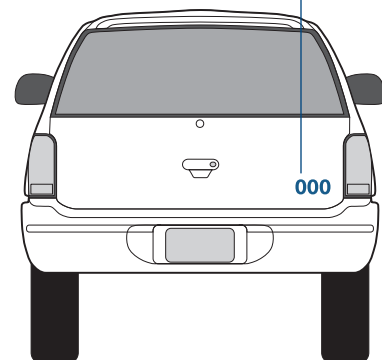
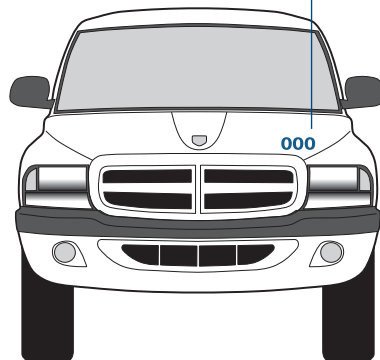


Voir le point 4.1.7

24 po x 14,5 po environ
(61 cm x 37 cm)

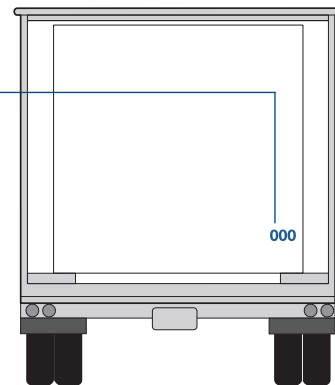
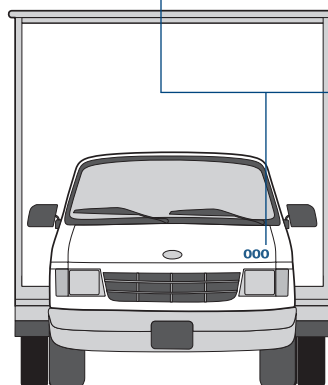
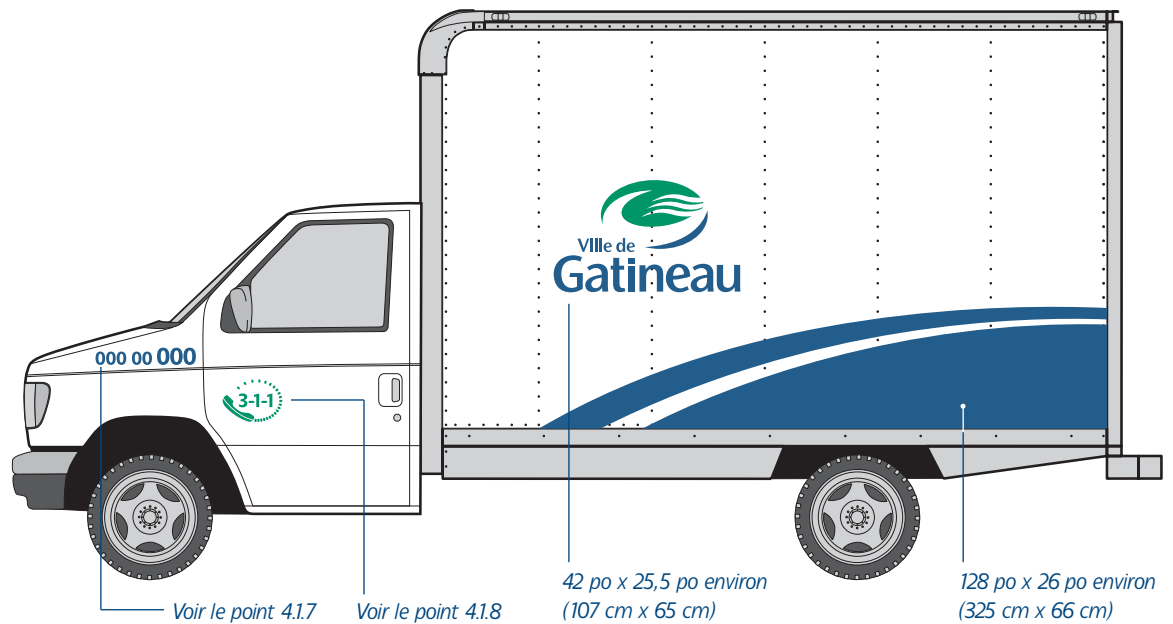
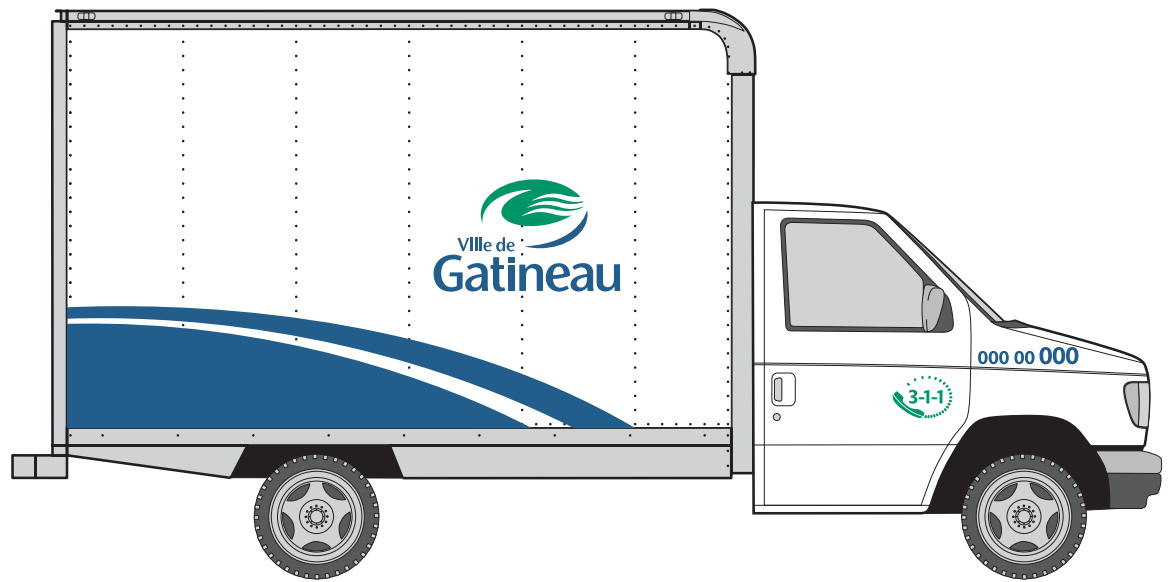
Voir le point 4.1.8

60 po x 14,5 po environ
(152 cm x 37 cm)



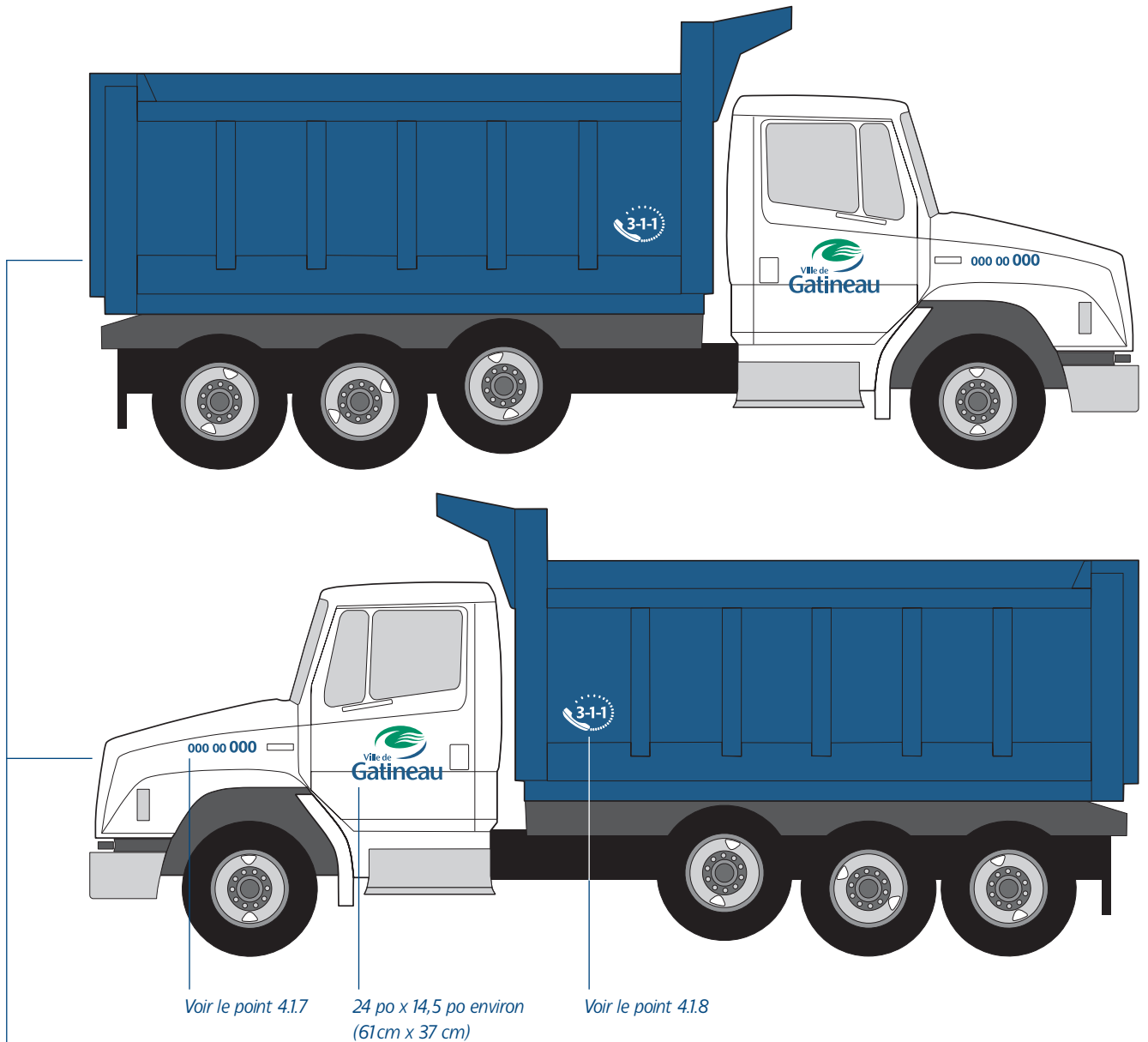
4.1.5 A MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LOURDS (CAMION CUBE)

Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



4.1.5 B MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LOURDS (CAMION À BENNE)

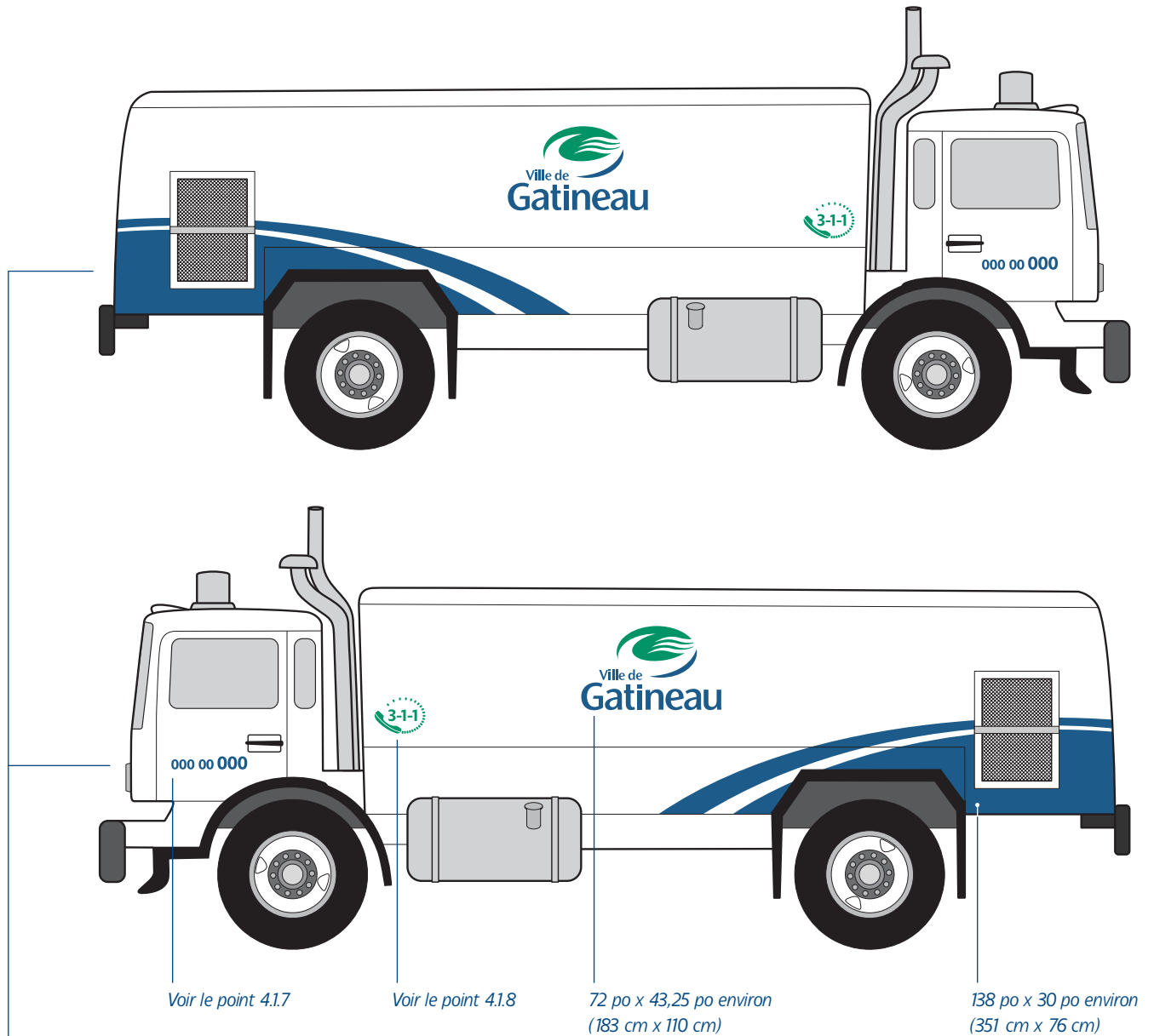
Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



La position des trois chiffres à l'avant et à l'arrière des véhicules lourds est difficile à prévoir. Dans la mesure du possible, on devrait toujours les placer à droite, à la hauteur de ceux installés sur les côtés.

4.1.5 c MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LOURDS (CAMION POMPE)

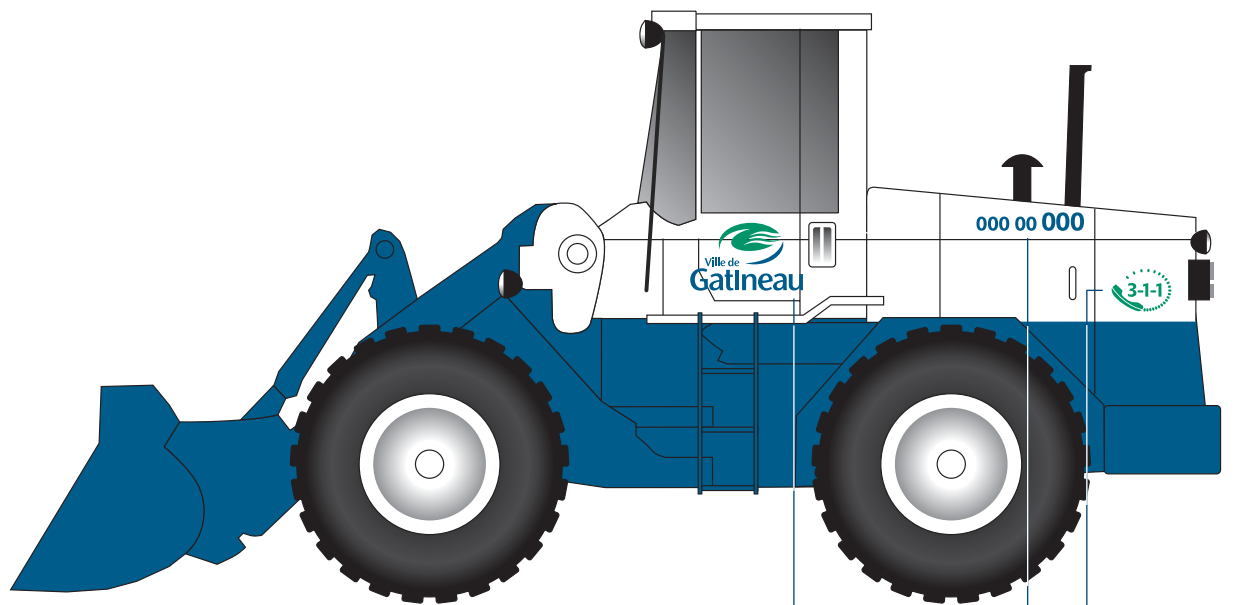
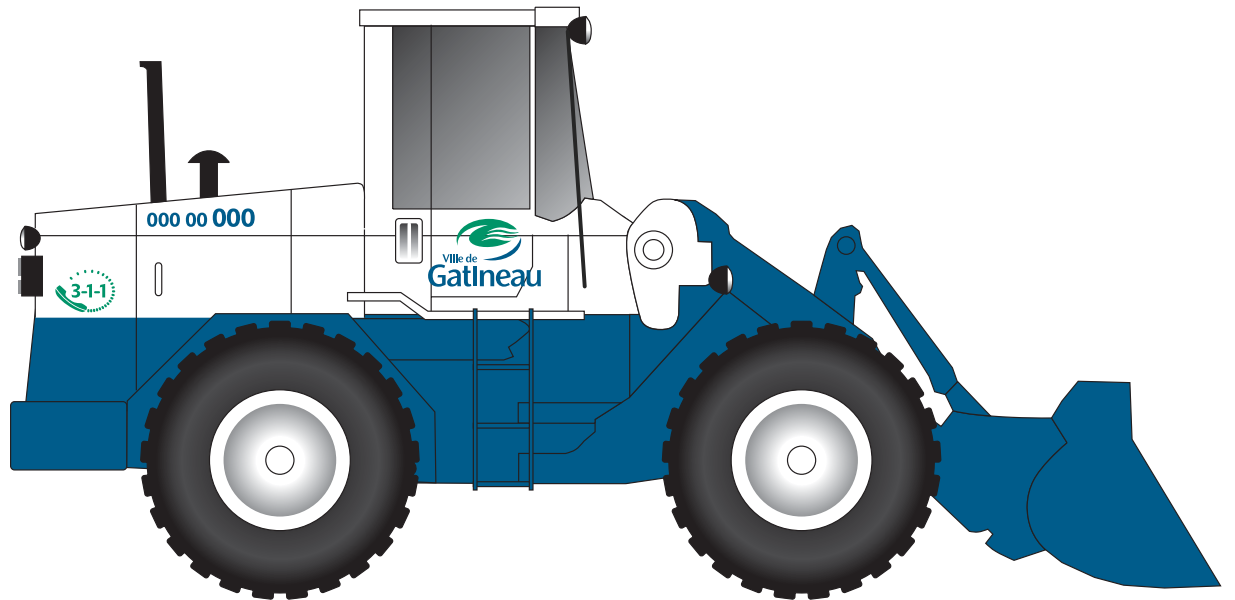
Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



La position des trois chiffres à l'avant et à l'arrière des véhicules lourds est difficile à prévoir. Dans la mesure du possible, on devrait toujours les placer à droite, à la hauteur de ceux installés sur les côtés.

4.1.5 D MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LOURDS (CHARGEUR)

Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



La position des trois chiffres à l'avant et à l'arrière des véhicules lourds est difficile à prévoir. Dans la mesure du possible, on devrait toujours les placer à droite, à la hauteur de ceux installés sur les côtés.

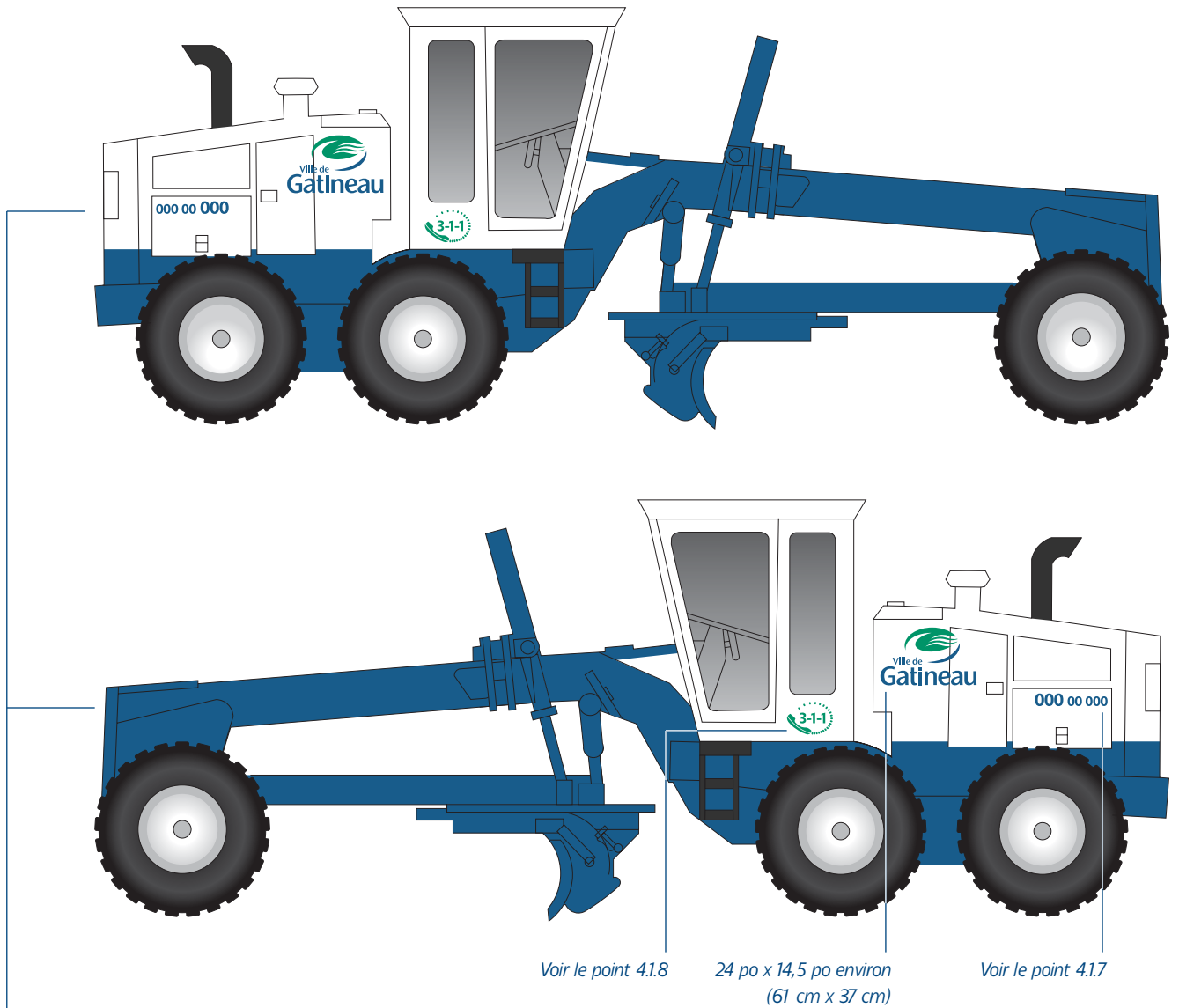
24 po x 14,5 po environ
(61 cm x 37 cm)

Voir le point 4.1.7

Voir le point 4.1.8

4.1.5 E MODÈLES DE RÉFÉRENCE — VÉHICULES LOURDS (NIVELEUSE)

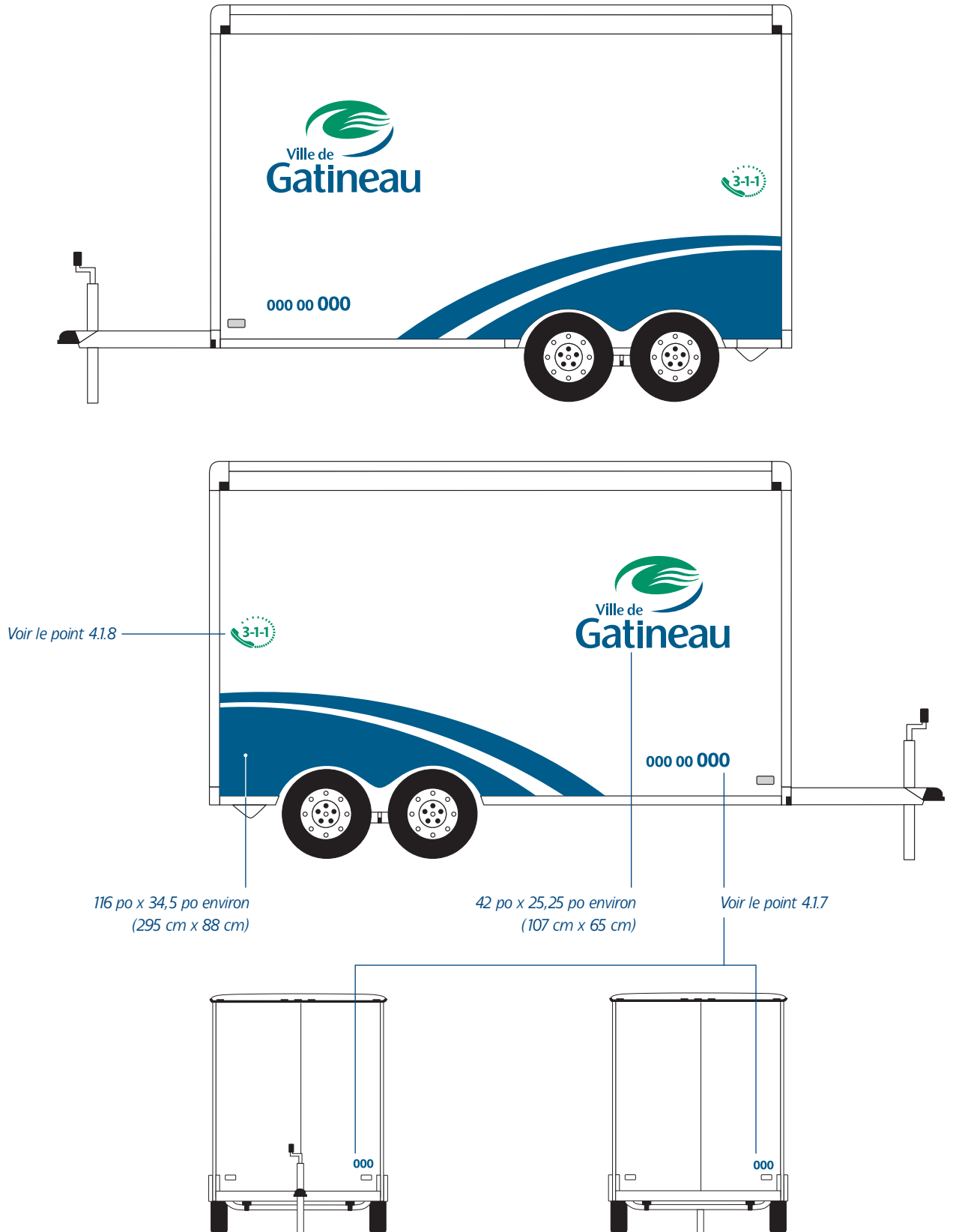
Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



La position des trois chiffres à l'avant et à l'arrière des véhicules lourds est difficile à prévoir. Dans la mesure du possible, on devrait toujours les placer à droite, à la hauteur de ceux installés sur les côtés.

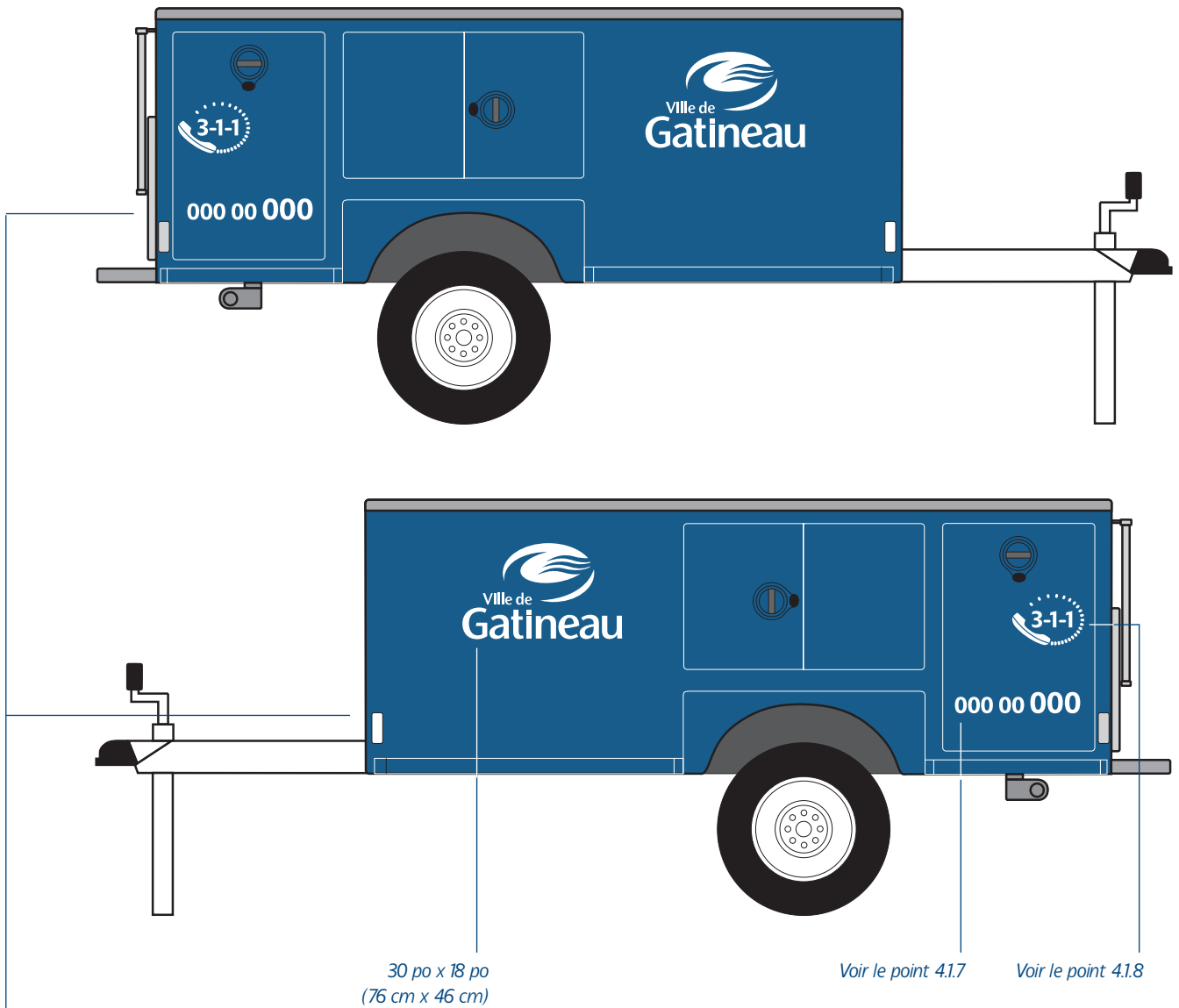
4.1.6 A MODÈLES DE RÉFÉRENCE — AUTRES VÉHICULES (REMORQUE)

Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



4.1.6 B MODÈLES DE RÉFÉRENCE — AUTRES VÉHICULES (PETITE REMORQUE)

Toutes les dimensions sont approximatives. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



La position des trois chiffres à l'avant et à l'arrière des autres unités est difficile à prévoir. Dans la mesure du possible, on devrait toujours les placer à droite, à la hauteur de ceux installés sur les côtés.



Dans le cas des véhicules municipaux bleus ou de véhicules loués d'une couleur autre que le blanc, les règles d'usage de la couleur sont les mêmes que celles édictées à la section 1.2. On appliquera également les mêmes règles de positionnement et de dégagement propres aux véhicules courants (blancs).

4.1.7 NUMÉROS D'IDENTIFICATION

Les numéros d'identification sont obligatoires sur chaque unité, et ce, des quatre côtés (on n'inscrit que les trois derniers chiffres à l'avant et à l'arrière). L'emplacement suggéré dans ce document agit à titre indicatif. Il est possible que certains véhicules présentent des caractéristiques spéciales empêchant l'application idéale du numéro. Le mot d'ordre à respecter : les numéros d'unités ne doivent en aucun cas nuire à l'identification principale du véhicule et à son ajout graphique (la courbe bleue), lorsque présent. Ils seront utilisés en deux formats distincts : l'un adapté aux véhicules légers et l'autre aux lourds. La police de caractères employée est la *Forever Two* demi-gras. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

a) Véhicules légers

2 po (51 mm) ou 190 pt

000 AA 000

2,5 po (6,4 cm) ou 240 pt

N'inscrire que les trois derniers chiffres à l'avant et à l'arrière des véhicules, et au long dans les côtés.

b) Véhicules lourds

3 po (76 mm) ou 300 pt

000 AA 000

4 po (10,2 cm) ou 390 pt

! Les numéros sont appliqués sur la partie avant du véhicule (nez) ou sur la portière. S'il est impossible de le faire, ils doivent se retrouver à l'arrière, **très éloignés du logotype.**

000 00 000



4.1.8 SYMBOLE DU SYSTÈME TÉLÉPHONIQUE 3-1-1

Afin de rappeler le numéro de téléphone central de la Ville de Gatineau, tous les véhicules municipaux non urgents doivent arborer, sur leurs côtés, le symbole du 3-1-1. L'emplacement variera selon l'espace disponible. Il est possible que certains véhicules présentent des caractéristiques spéciales empêchant l'application idéale du numéro. Le mot d'ordre à respecter : le symbole ne doit en aucun cas nuire à l'identification principale du véhicule, à son ajout graphique (la courbe bleue), lorsque présent ou à son numéro d'unité. Il sera utilisé en un format unique et passe-partout. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.




Véhicules du Service de police

4.2.1 PRÉSENTATION

Le design de la flotte de véhicules du Service de police a été élaboré pour remplir deux rôles : celui de la sécurité sur la voie publique et celui d'intégration à l'identité visuelle de la Ville de Gatineau. Bien que distinctif, cet « habillage » diffère amplement de celui des véhicules municipaux, mais les couleurs et la présence du nom de la Ville établissent rapidement le lien. Les bandes qui parcourent en longueur les flancs du véhicule donnent cet aspect vif et alerte que doit refléter le Service de police, tout en accroissant la sécurité par la visibilité de jour ou de nuit.

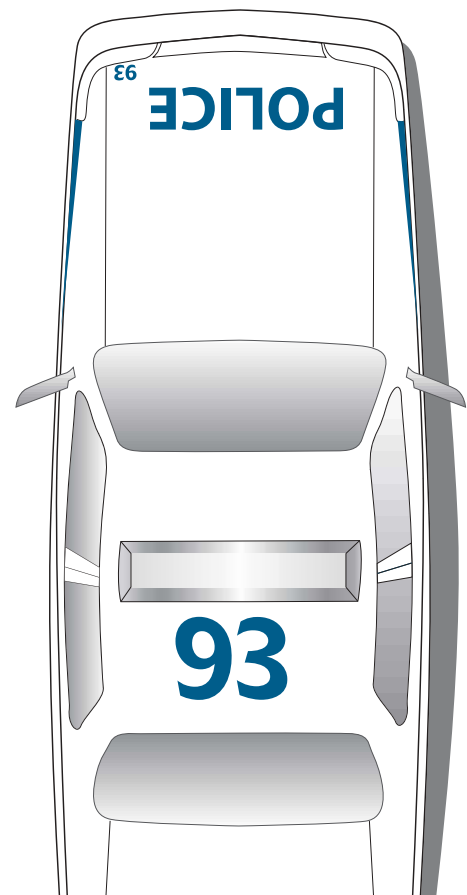
4.2.2 COULEURS ET MATÉRIAUX

Les mêmes règles que celles édictées pour les véhicules municipaux sont valables (voir le point 4.1.2). Cependant, dans ce cas-ci, pour des raisons évidentes de visibilité, le vinyle réfléchissant sera privilégié pour la majorité des décalques sur les véhicules.

 Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

4.2.3 A MODÈLES DE RÉFÉRENCE (FORD CROWN VICTORIA)

Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



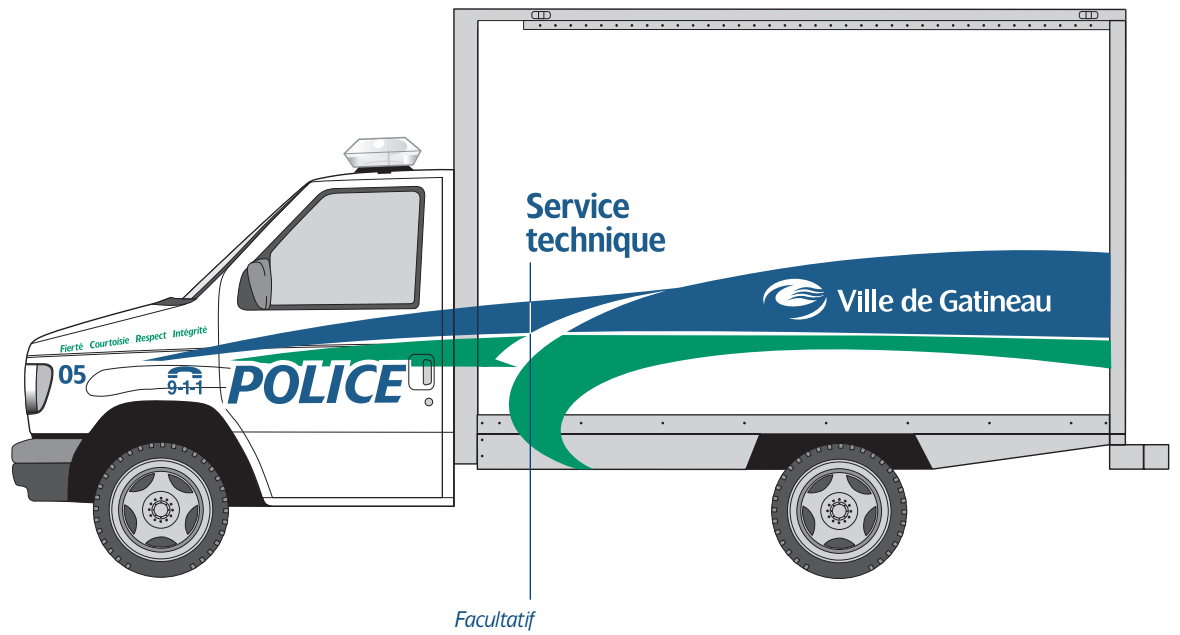
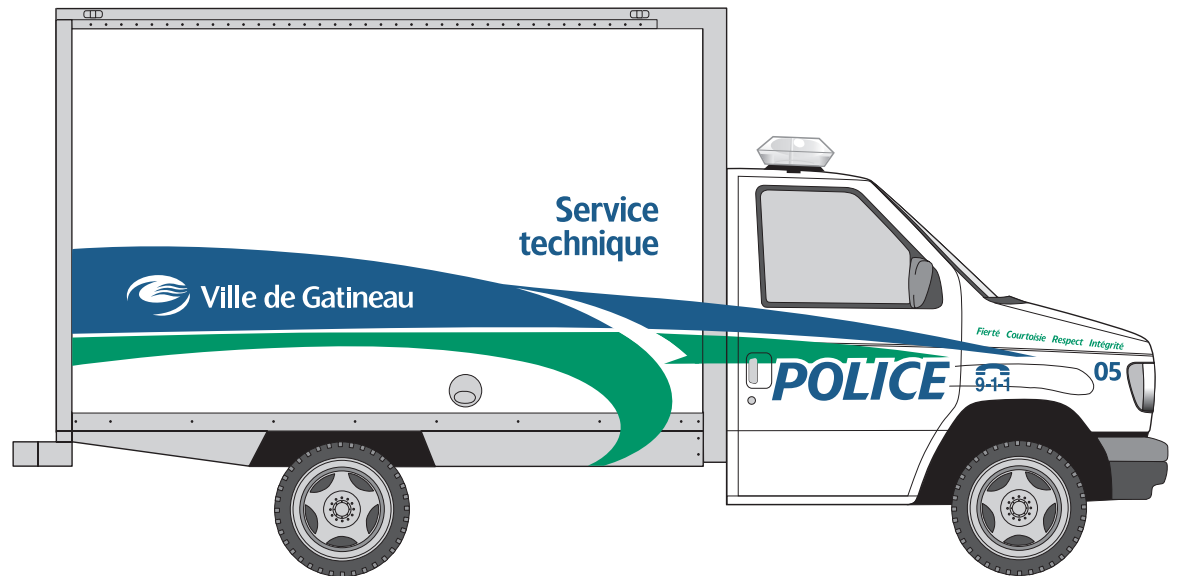
4.2.3 B MODÈLES DE RÉFÉRENCE (FORD WINDSTAR)

Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



4.2.3 c MODÈLES DE RÉFÉRENCE (CAMION CUBE)

Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



Véhicules du Service de sécurité incendie

4.3.1 PRÉSENTATION

Le design de la flotte de véhicules du Service de sécurité incendie a été élaboré surtout pour accentuer et compléter les fonctions de visibilité et de sécurité déjà fortes et très présentes avec la couleur rouge des véhicules. Le programme d'identité visuelle joue donc un rôle secondaire, mais très important.

4.3.2 COULEURS ET MATÉRIAUX

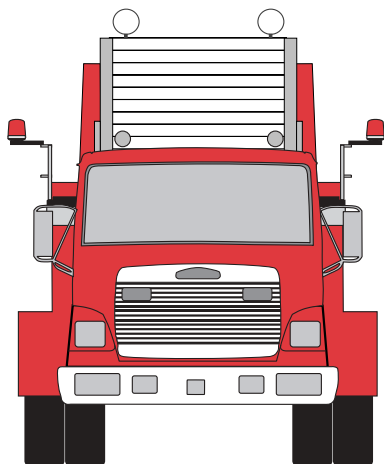
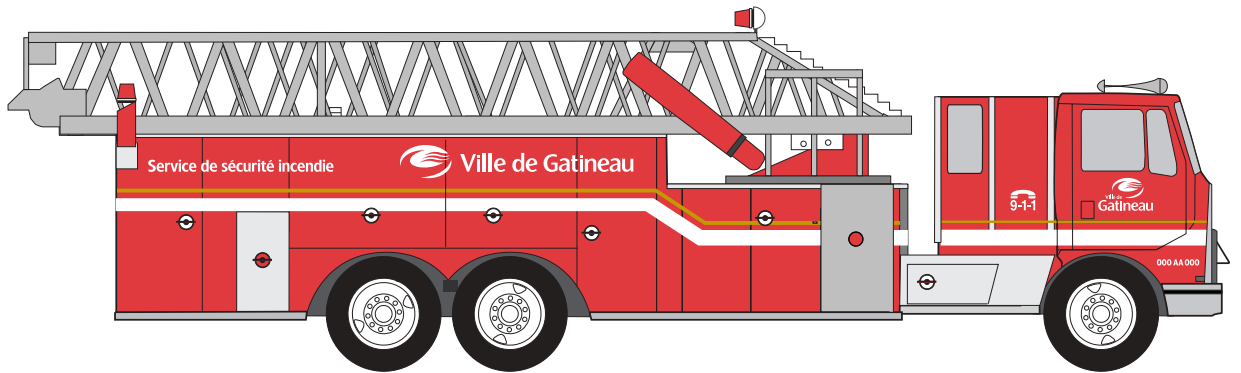
Évidemment, les couleurs officielles ne peuvent être employées et le blanc (réfléchissant) a été retenu pour tous les décalques, exception faite du jaune-or (réfléchissant aussi) pour quelques éléments. Il est important, encore une fois, de bien gérer l'application sur les différents types de véhicules tout en demeurant cohérent. Les pages suivantes ont été préparées à titre de modèles de référence.



Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

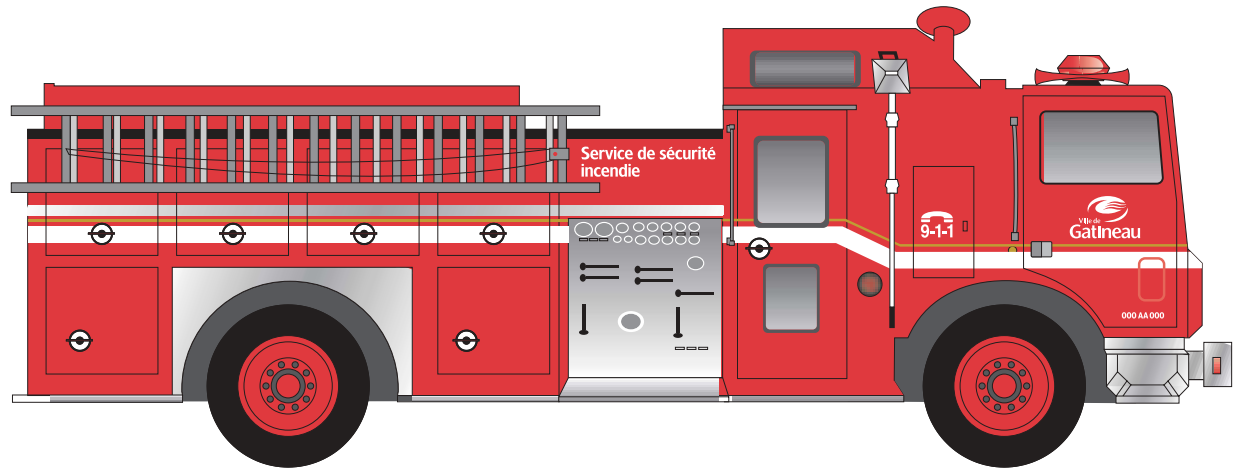
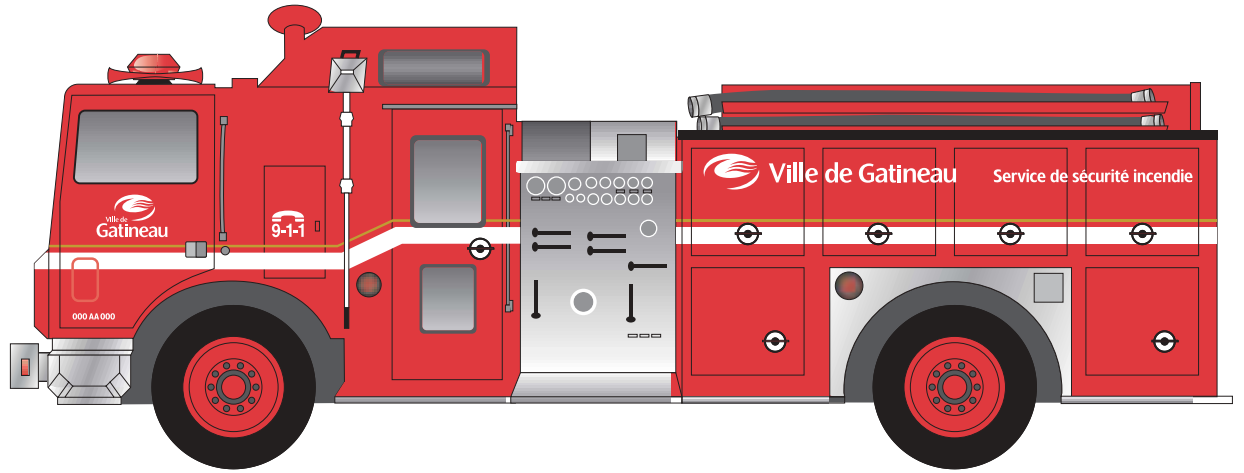
4.3.3 A MODÈLES DE RÉFÉRENCE (CAMION ÉCHELLE)

Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



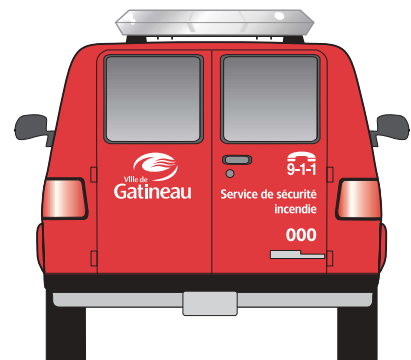
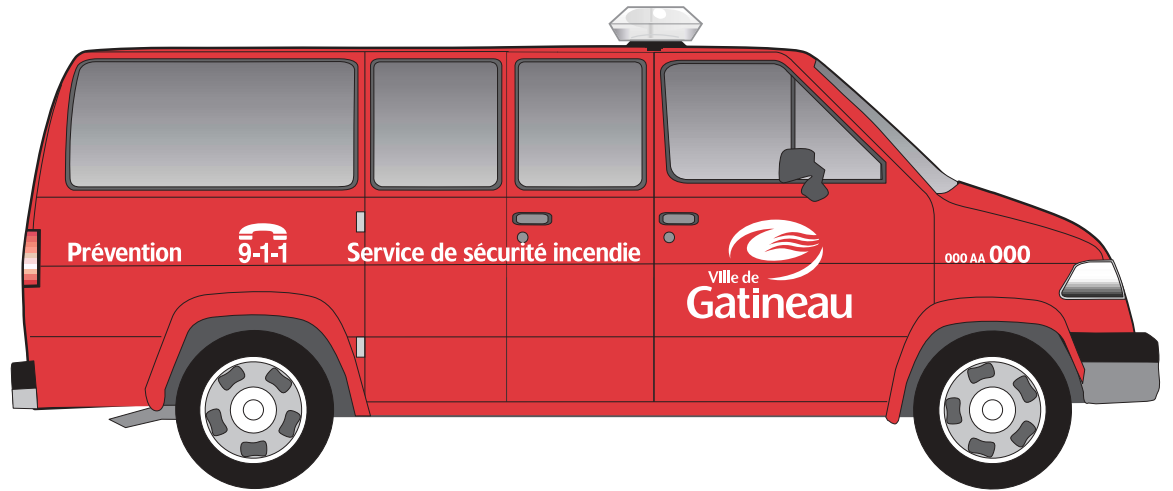
4.3.3 B MODÈLES DE RÉFÉRENCE (CAMION POMPE)

Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



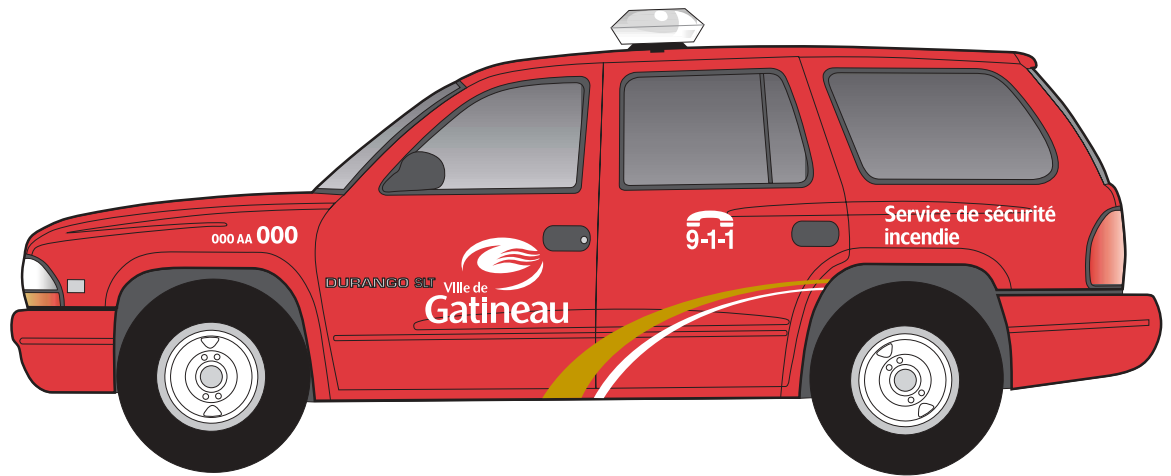
4.3.3 c MODÈLES DE RÉFÉRENCE (DODGE RAM 2500)

Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



4.3.3 D MODÈLES DE RÉFÉRENCE — CAMION CHEF (DODGE DURANGO)

Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



Signalisation

5.1 SIGNALISATION INTÉRIEURE

- 5.1.1 PRÉSENTATION
- 5.1.2 PANNEAU SUR SOCLE
- 5.1.3 PANNEAU MURAL 1
- 5.1.4 PANNEAU MURAL 2
- 5.1.5 PANNEAU SUSPENDU
- 5.1.6 IDENTIFICATION DE PORTES ET BUREAUX

5.2 SIGNALISATION EXTÉRIEURE

- 5.2.1 PRÉSENTATION
- 5.2.2 ENSEIGNE SUR SOCLE
- 5.2.3 ENSEIGNE MURALE
- 5.2.4 ENSEIGNE DIRECTIONNELLE
- 5.2.5 ENSEIGNE DE PARC
- 5.2.6 ENSEIGNE DE CHANTIER
- 5.2.7 AFFICHES DIVERSES
- 5.2.8 DRAPEAU

5.3 SIGNALISATION ROUTIÈRE

- 5.3.1 PRÉSENTATION
- 5.3.2 PANNEAU DE RUE COURANT
- 5.3.3 PANNEAU D'ARTÈRE PRINCIPALE






Signalisation intérieure

5.1.1 PRÉSENTATION

Servant presque uniquement de guide pour faciliter les déplacements dans un édifice, la signalisation intérieure doit, idéalement, se marier avec l'architecture et s'intégrer au décor. Paradoxalement, elle doit être facile à repérer pour les utilisateurs. À cet effet, un système rigoureusement cohérent, mais flexible, a été adopté.

La signalisation intérieure demeure dans un environnement contrôlé, sans trop de compétition visuelle. Son rôle est par conséquent différent de celui que joue la signalisation extérieure. Il ne faut donc pas confondre ces deux types de signalisation, mais respecter les caractéristiques qui leur sont propres.

-  Les règles d'emploi du logotype et de la typographie s'appliqueront telles qu'édictées aux chapitres 1 et 2.
-  Cette section introduit une nouvelle couleur : le PMS 408. Elle est utilisée à titre de complément au bleu et au vert officiels. Voir les échantillons en annexe.
-  Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

5.1.2 PANNEAU SUR SOCLE

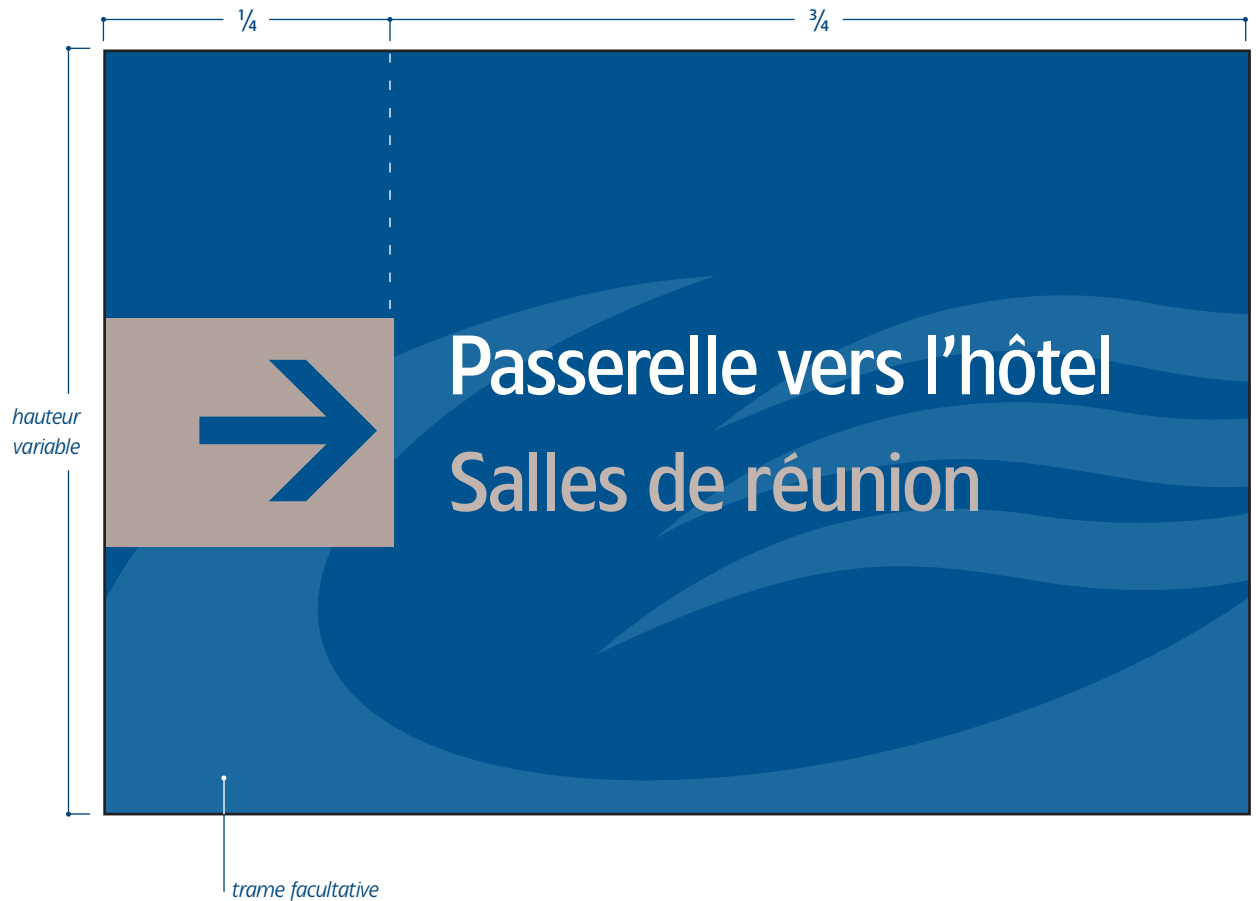
Ces panneaux comportent souvent beaucoup d'information et sont toujours verticaux. On regroupe les éléments selon leur direction et on les classe par ordre alphabétique. Le fond est bleu (PMS 541) et le texte est en PMS 408 ou en blanc, selon l'importance. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées. Pour plus de détails techniques, s'adresser au Service des communications de la Ville de Gatineau.

Exemple sans en-tête (ci-dessous)
ou avec en-tête (ci-contre)



5.1.3 PANNEAU MURAL 1

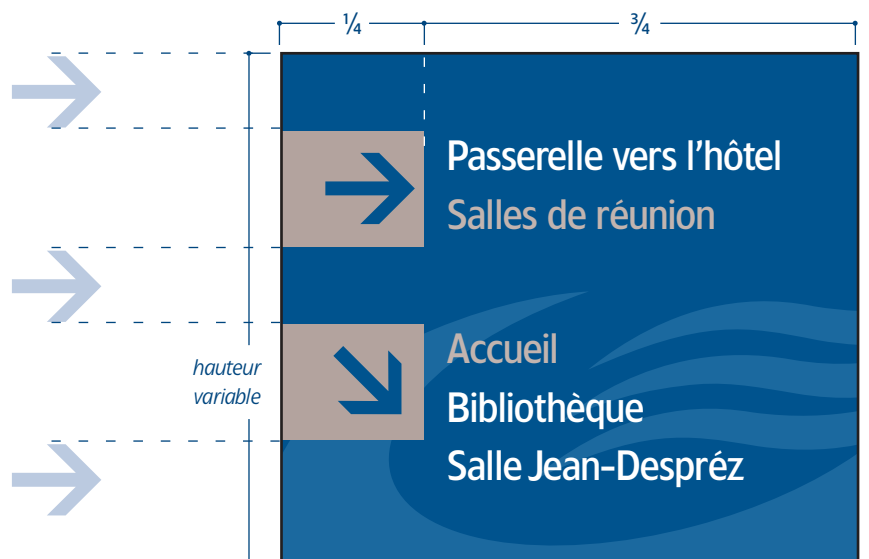
Le format de ces panneaux peut varier, mais leur composition reste la même. On regroupe les éléments selon leur direction et on les classe par ordre alphabétique. Le fond est bleu (PMS 541) et le texte est en PMS 408 ou en blanc, selon l'importance. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées. Pour plus de détails techniques, s'adresser au Service des communications de la Ville de Gatineau.



! Le dégagement supérieur doit être **égal** à la hauteur d'une flèche.

! Le dégagement entre deux directions doit aussi être **égal** à la hauteur d'une flèche.

! Le dégagement inférieur doit être **au moins** de la même hauteur qu'une flèche.



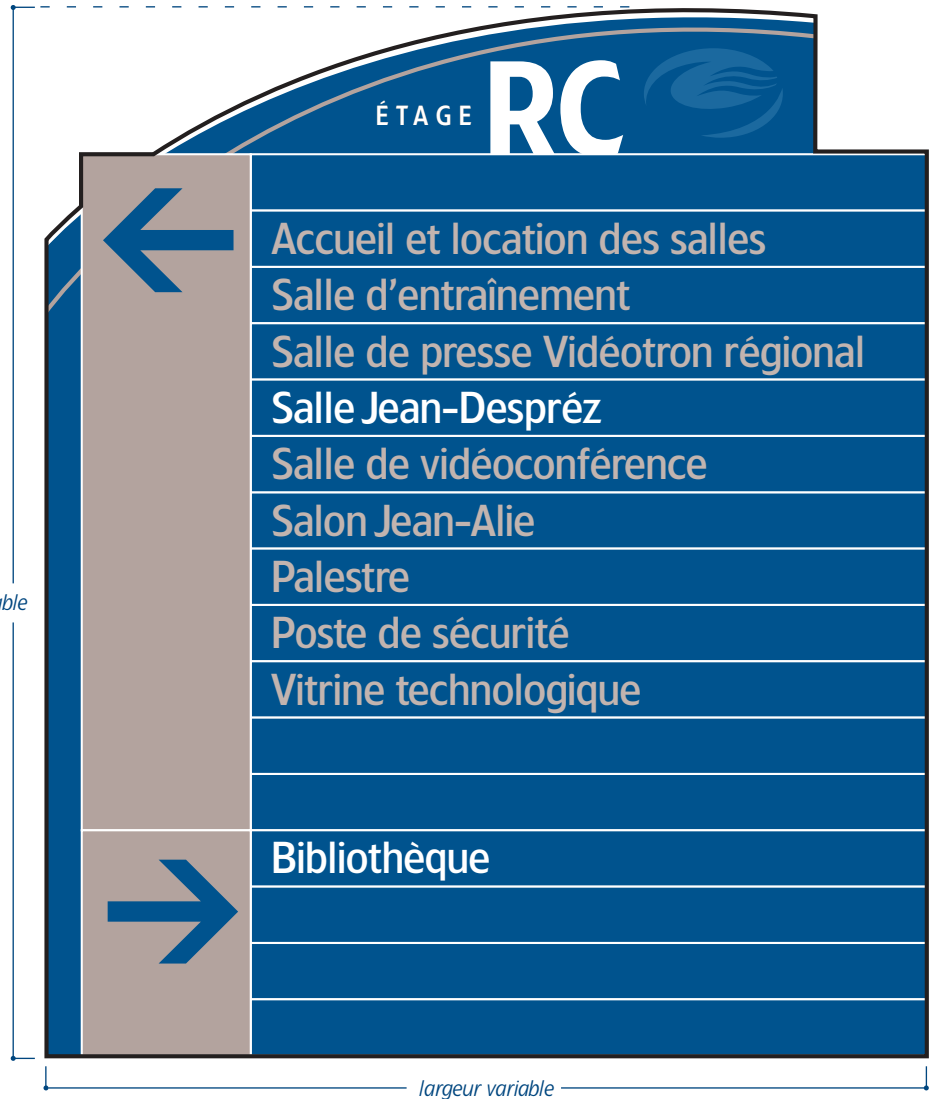
5.1.4 PANNEAU MURAL 2

Ce panneau mural comporte un espace pour afficher l'étage d'un édifice. On regroupe les éléments selon leur direction et on les classe par ordre alphabétique. Le fond est bleu (PMS 541) et le texte est en PMS 408 ou en blanc, selon l'importance. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées. Pour plus de détails techniques, s'adresser au Service des communications de la Ville de Gatineau.

Système avec languettes ayant 1,5 po (3,8 cm) de hauteur.

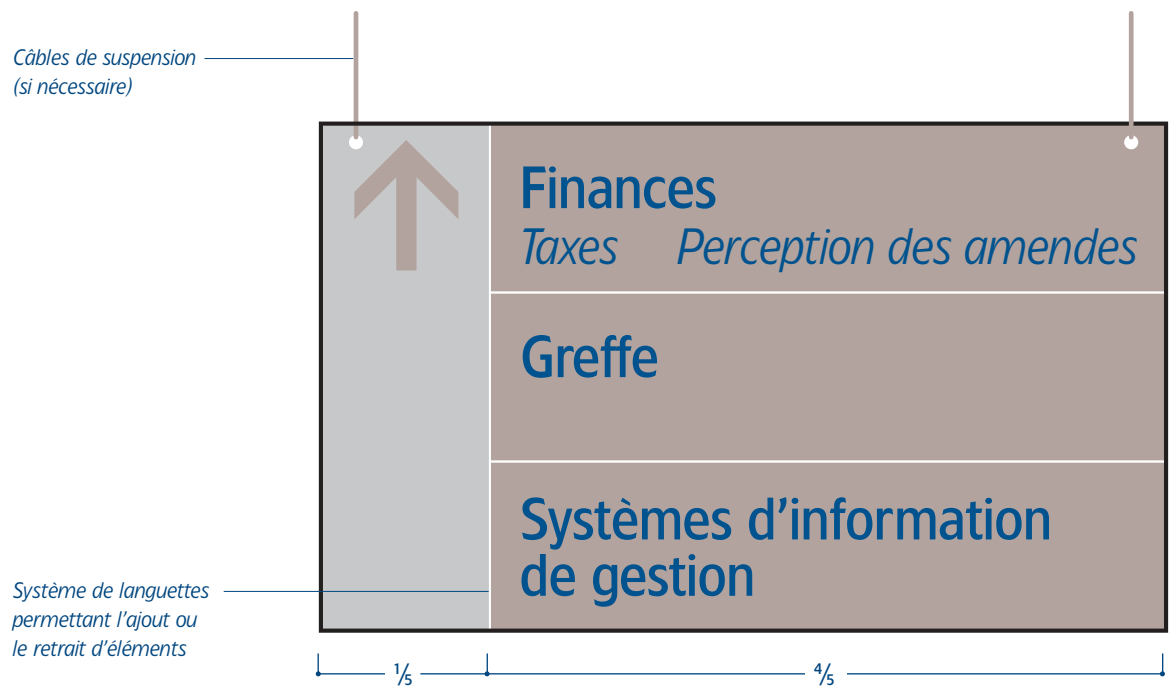
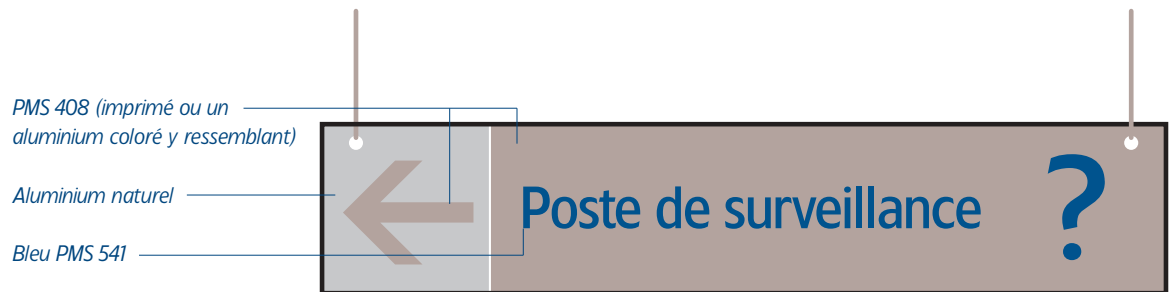
Proportions à titre d'exemple seulement (non à l'échelle).

hauteur variable



5.1.5 PANNEAU SUSPENDU

Ces panneaux jouent le rôle de signalisation secondaire et sont plus spécifiques à des sections d'étages ou des aires de bureaux. Le fond est en PMS 408 et le texte est bleu (PMS 541). Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées. Pour plus de détails techniques, s'adresser au Service des communications de la Ville de Gatineau.



5.1.6 IDENTIFICATION DE PORTES ET DE BUREAUX

Ces plaques d'identification arborent le symbole de la Ville et complètent la signalisation intérieure. Les plaques bleues (PMS 541) identifient des locaux, et celles en PMS 408, des bureaux d'employés. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées. Pour plus de détails techniques, s'adresser au Service des communications de la Ville de Gatineau.

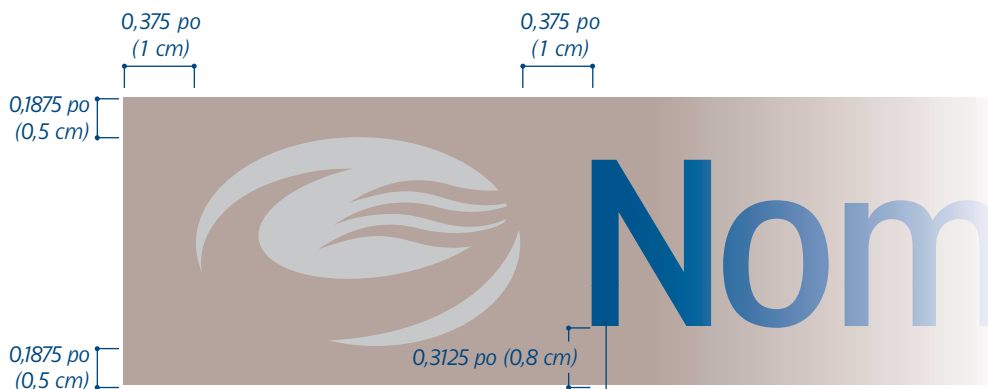


Plaque d'identification de locaux (à installer sur ou près des portes)



Plaque d'identification de bureau (à installer sur ou près des portes)

Même système, sauf qu'il est plié, ce qui devient une plaque d'identification d'employé à mettre sur le bureau



Dimension réelle

TF Forever Two demi-gras
84 pt (0,875 po (2,2 cm) de hauteur)

Signalisation extérieure

5.2.1 PRÉSENTATION

Bien plus qu'un moyen d'identifier des endroits publics, la signalisation extérieure fait partie du décor urbain, sans toutefois s'y fondre. Elle doit se démarquer de son environnement et des autres enseignes commerciales ou gouvernementales, mais en évitant d'être criarde. De plus, ses rôles de repère et de guide font en sorte que la clarté de sa composition est primordiale pour permettre à l'utilisateur d'assimiler rapidement et aisément l'information.

À cet effet, un système rigoureusement cohérent, mais flexible, a été adopté. Son but consiste à être reconnu instantanément et de créer, hors de tout doute dans l'esprit de n'importe quel observateur, le sentiment que les lieux désignés sont officiels.

Pour toutes ces raisons, le rôle de la signalisation extérieure est différent de celui que joue la signalisation intérieure. Il ne faut donc pas confondre ces deux types et respecter les caractéristiques propres à chacun.



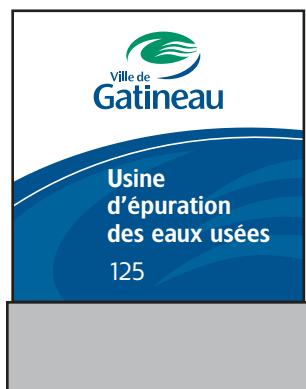
Les règles d'emploi du logotype et de la typographie s'appliqueront telles qu'édictées aux chapitres 1 et 2.



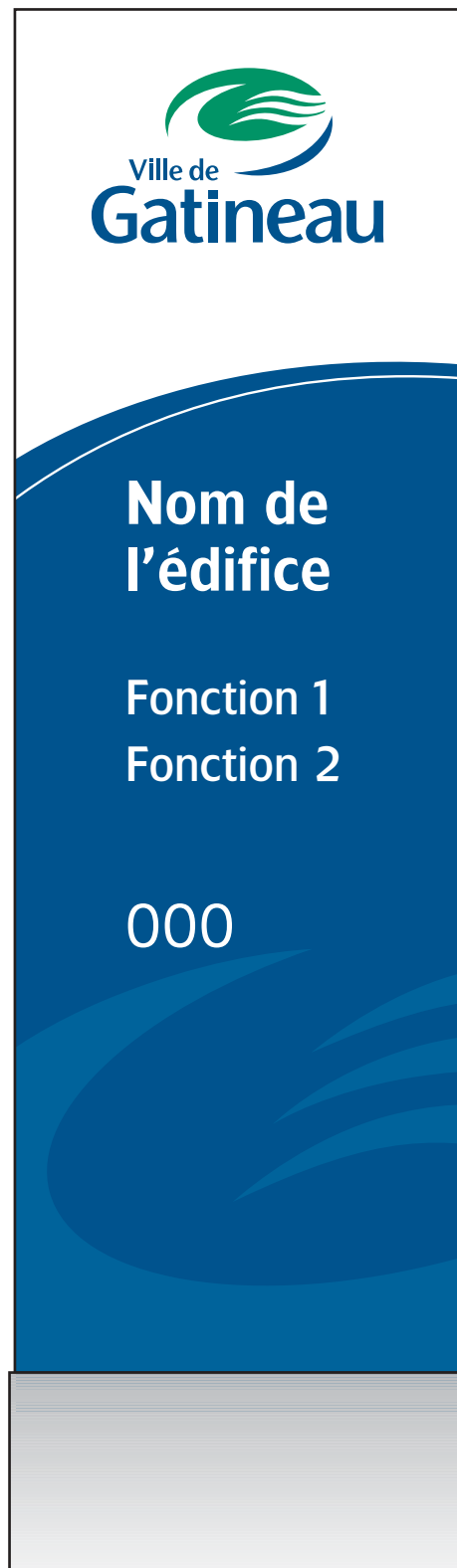
Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

Voici des exemples d'adaptation à différents formats. Ils tentent de représenter le plus grand nombre de possibilités. Cependant, en cas d'exception, toute modification devra être approuvée par le Service des communications de la Ville de Gatineau. Au besoin, se référer à l'enseigne standard (voir le point 5.2.2, exemple a).

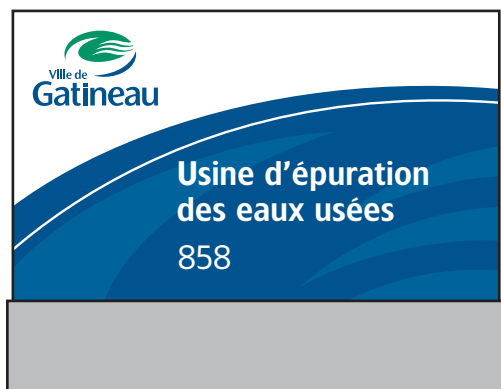
b) *Format carré (rapport L/H de 1/1)*



e) *Format très vertical (rapport L/H de 1/3)*



c) *Format horizontal (rapport L/H de 1,66/1)*



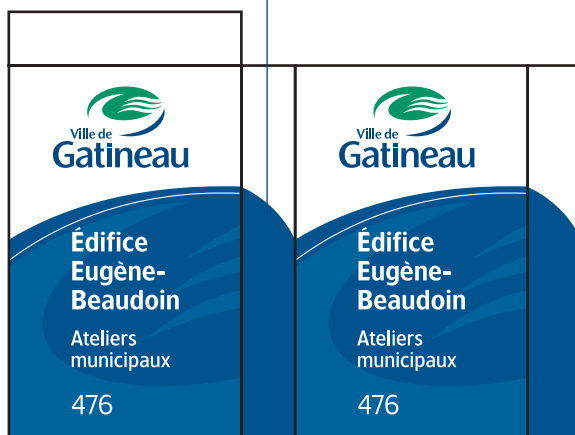
d) *Format très horizontal (rapport L/H de 4/1)*



Les côtés des enseignes, peu importe le format, doivent toujours être réalisés tel qu'illustré ci-dessous. On poursuit la courbe bleue de façon à ce qu'elle rejoigne l'autre face, et on omet le filet blanc. Les illustrations des boîtes dépliées démontrent bien cette continuité.



Une ligne courbe sur les côtés vient rejoindre chaque bout sur les façades (le dessus reste blanc).



Dans le cas des enseignes très horizontales, on laisse tous les côtés blancs.



5.2.3 ENSEIGNE MURALE

Pouvant elle aussi se présenter sous différents formats, l'enseigne murale est presque identique à l'enseigne sur socle (la façon de présenter l'information est la même). Le format carré illustré ci-dessous est le cas standard. Les enseignes peuvent être éclairées de l'intérieur ou de l'extérieur. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

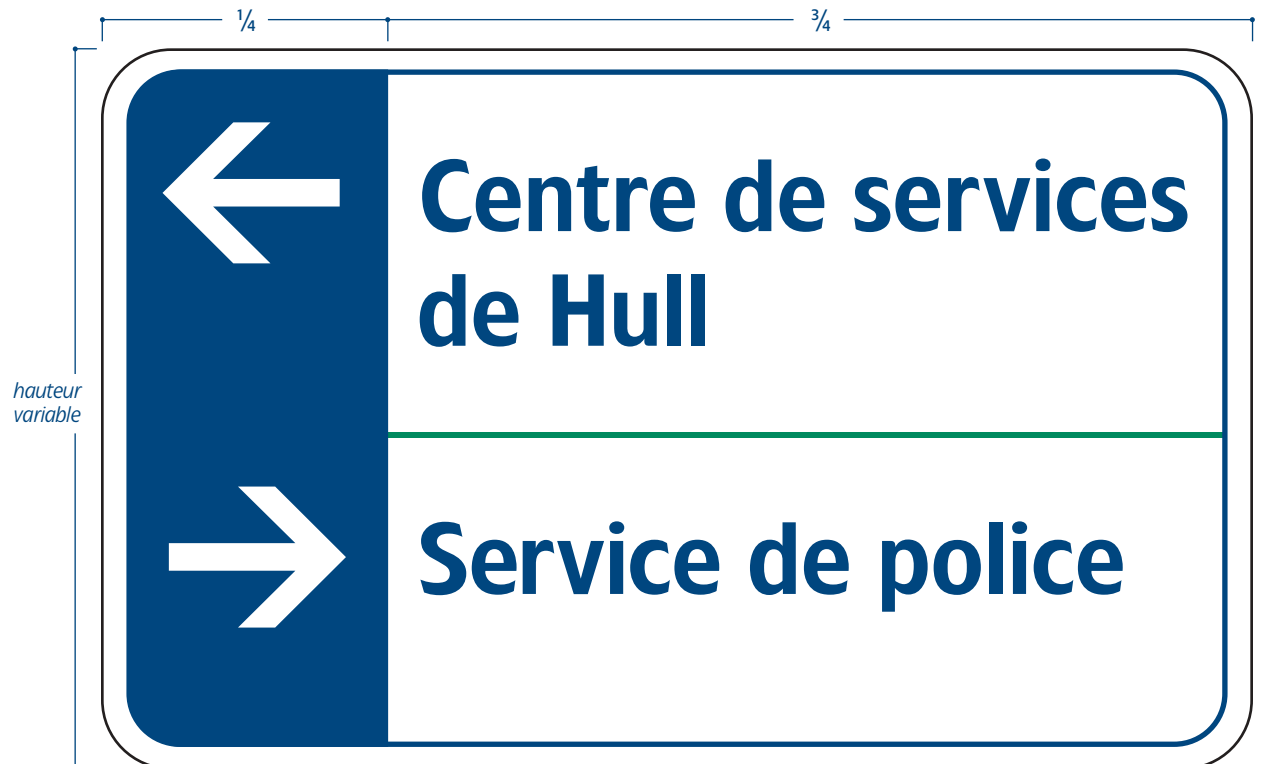


! On peut se référer aux modèles d'enseignes sur socle pour les différents formats possibles (voir le point 5.2.2, exemples a, c, d et e)

! Sur les enseignes murales, on n'inscrit pas le numéro d'immeuble

5.2.4 ENSEIGNE DIRECTIONNELLE

Pour ce qui est de diriger l'utilisateur autour des installations municipales, on utilise sensiblement le même système que pour la signalisation intérieure. Le gris est laissé de côté et on n'utilise que le bleu, le blanc et le vert de façon à accentuer les contrastes nécessaires pour maximiser l'impact dans un environnement extérieur. Les enseignes peuvent être éclairées de l'intérieur ou de l'extérieur. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.



Monter sur deux poteaux si la largeur de l'enseigne dépasse 30 po (76,2 cm), sinon, monter sur un seul poteau centré

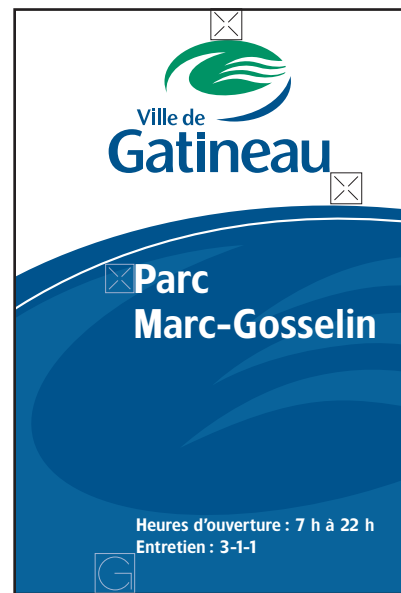
5.2.5 ENSEIGNE DE PARC

Pouvant prendre simplement une forme carrée ou rectangulaire (voir le point 5.2.3), les enseignes de parc offrent aussi la possibilité d'une structure en porte d'arche à laquelle se rattachent deux panneaux, tel qu'illustré ci-dessous. L'information à inscrire peut varier et toute modification devra être approuvée par le Service des communications de la Ville de Gatineau.

a) *Modèle en porte d'arche*



b) *Modèles réguliers*

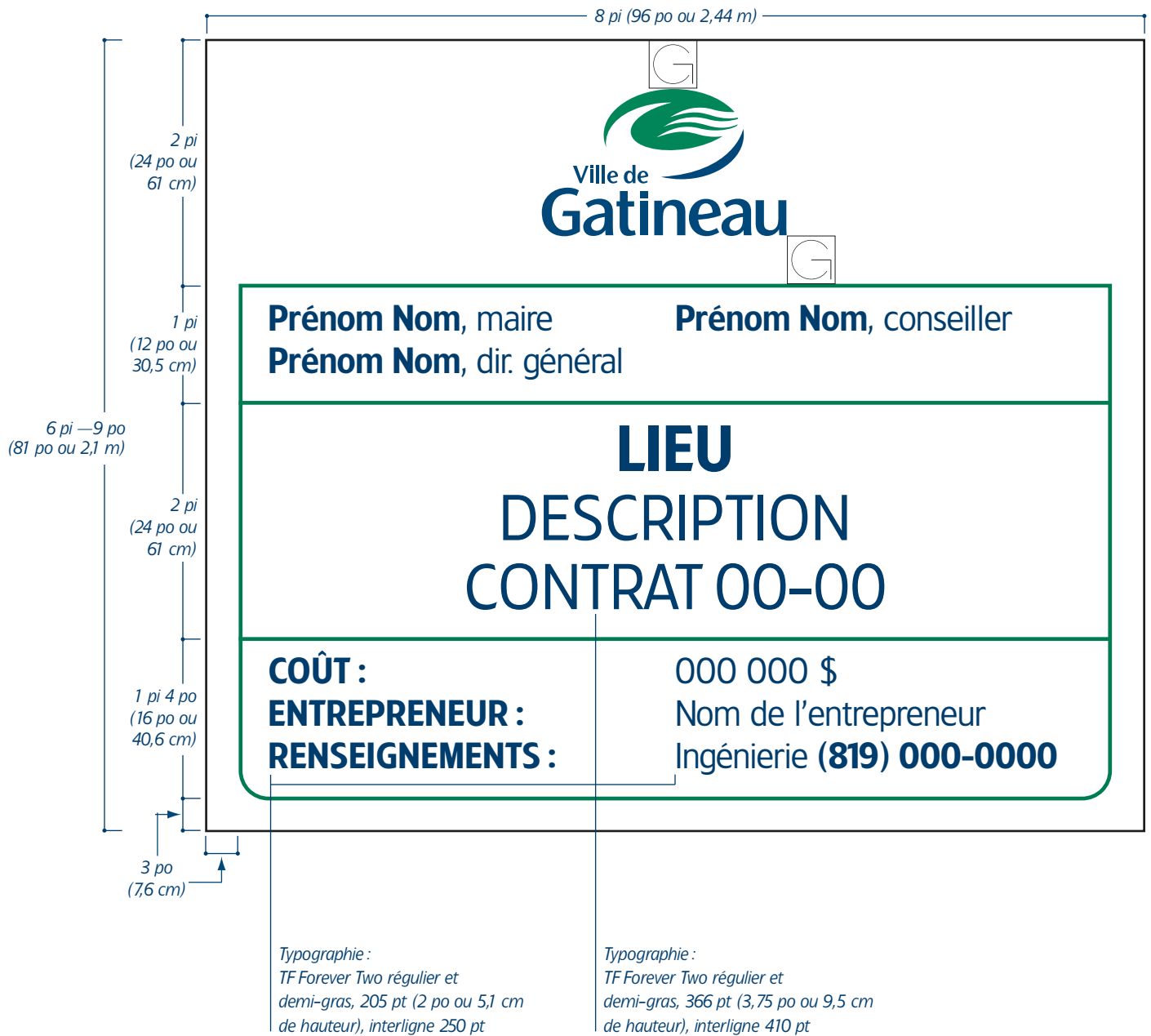


Les coins peuvent être carrés ou arrondis



5.2.6 ENSEIGNE DE CHANTIER

Cette enseigne vise à informer la population sur la nature du chantier, les parties impliquées et les sommes investies. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.



5.2.7 AFFICHES DIVERSES

Ces modèles ont été élaborés dans le but d'uniformiser l'affichage d'appoint. Plusieurs formats et proportions sont possibles, mais le bleu et le vert sur fond blanc, les coins arrondis et le filet vert pour séparer le logotype de l'information sont des constantes à respecter, tel qu'illustré ci-dessous. Dans tous les cas, le message a priorité sur le logotype.

a) *Format horizontal allongé*



Filet vert séparant la portion identification visuelle de la portion message

b) *Format vertical*



c) *Format horizontal*



Dans le cas d'un panneau de stationnement, par exemple, le message principal est le sigle « P » ainsi que le nom (si applicable). Le logotype est relégué à un rôle d'identification secondaire, au bas.

d) *Panneau de stationnement*



Stationnement du Théâtre de l'Île

Lun. au ven.
7 h à 17 h

0,75 \$ les 30 min ou moins

Svp, payez à l'horodateur et affichez visiblement votre reçu montrant l'heure sur le tableau de bord de votre voiture.

Lun. au ven.
17 h à 7 h,
et tous les
sam. et dim.

Réservé aux détenteurs de permis

Les clients du Théâtre de l'Île sont priés de se procurer un permis de stationnement gratuit à la billetterie du théâtre avant la représentation.



Ce terrain est surveillé par le Service de police de Gatineau.

Les contrevenants seront passibles d'amendes.

Renseignements : (819) 595-7860

5.2.8 DRAPEAU


Le drapeau est sans doute l'élément le plus rassembleur dans un programme d'identité visuelle. Il témoigne de l'importance de l'institution qu'il représente. Il évoque aussi des notions de territoire et d'appartenance. Le modèle illustré ci-dessous doit donc être le seul à pouvoir représenter officiellement la Ville. La courbe bleue est toujours du côté attaché au mât, soit à gauche. Évidemment, à cause des qualités translucides du tissu, l'endos du drapeau laisse voir un logotype inversé, comme dans un miroir. Si des ajustements s'avèrent nécessaires, les proportions ci-dessous doivent être respectées.



Signalisation routière

5.3.1 PRÉSENTATION

Le design de la signalisation routière municipale doit, avant tout, prioriser la sécurité et la visibilité plutôt que l'esthétisme. Cependant, grâce aux lettres blanches sur fond bleu et à l'utilisation du symbole, le système présenté ici s'intègre parfaitement au programme d'identité visuelle.

-  Exceptionnellement, pour cette application, la typographie employée est la *Highway*, lettrage spécialement conçu pour la signalisation routière.

5.3.2 PANNEAU DE RUE COURANT

Les exemples ci-dessous illustrent le panneau-type dans ses trois différentes longueurs. Exceptionnellement, pour cette application, la typographie employée est la *Highway*, lettrage spécialement conçu pour la signalisation routière. Pour plus de détails techniques, s'adresser au Service des communications de la Ville de Gatineau.

a) Panneau court : 16,7 % de la dimension réelle de 30 po x 8 po (76,2 cm x 20,3 cm)



b) Panneau moyen : 16,7 % de la dimension réelle de 36 po x 8 po (91,4 cm x 20,3 cm)



c) Panneau long : 14,3 % de la dimension réelle de 42 po x 8 po (106,7 cm x 20,3 cm)



5.3.3 PANNEAU D'ARTÈRE PRINCIPALE

L'exemple ci-dessous illustre le panneau surdimensionné qui est utilisé spécifiquement pour les grandes artères ou les carrefours importants. Exceptionnellement, pour cette application, la typographie employée est la *Highway*, lettrage spécialement conçu pour la signalisation routière. Pour plus de détails techniques, s'adresser au Service des communications de la Ville de Gatineau.

8,9 % de la dimension réelle de 72 po x 12 po (182,9 cm x 30,5 cm)



Ne pas indiquer le générique (« Rue », « Boulevard », etc.) sur ces panneaux.

Publicité

6.1 ANNONCES IMPRIMÉES

6.1.1 RÈGLES GÉNÉRALES

6.1.2 OFFRES D'EMPLOI ET AVIS

6.1.3 PROMOTION

6.2 MESSAGE TÉLÉVISÉ

6.2.1 RÈGLES GÉNÉRALES

6.2.2 EXEMPLE





Annonces imprimées

6.1.1 RÈGLES GÉNÉRALES

Un des moyens les plus communs et les plus faciles d'accès pour informer la population est sans contredit la publicité. Peu importe le média choisi, le message peut être de n'importe quelle nature et couvrir une immense variété de sujets. Ce qui nous concerne ici est l'aspect visuel de ces publicités.

Bien que les messages seront variables à tous points de vue, on doit sentir une cohérence, un « air de famille » à travers la panoplie des moyens publicitaires. Encore une fois, être reconnu est primordial; on doit donc s'en tenir aux indications contenues de ce guide.

Les exemples des pages suivantes démontrent les bases et les principes à respecter pour la normalisation de toute forme de publicité provenant de la Ville.

-  Les règles d'emploi du logotype et de la typographie s'appliqueront telles qu'édictées aux chapitres 1 et 2.
-  Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

6.1.2 OFFRES D'EMPLOI ET AVIS

Publiés la plupart du temps dans des hebdomadaires ou des quotidiens, les offres d'emploi et les avis sont un type d'annonce récurrent dont la Ville a grandement besoin pour communiquer ses messages à la population. Les exemples ci-dessous démontrent de quelle façon présenter l'information selon divers formats possibles. Pour être reconnu rapidement et demeurer cohérent, il est primordial de respecter ces gabarits. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

- a) *Format vertical — 75 % de la dimension réelle (dimensions variables, mais format conçu pour une seule colonne de texte)*

*Forever Two demi-gras 28 pt,
interligne 32 pt, approche de 3, centré*

*Forever Two demi-gras 14 pt,
interligne 16 pt, approche de 3, centré*

*Forever Two régulier 14 pt,
interligne 16 pt, approche de 3, centré*

*Forever Two régulier 7,5 pt,
interligne 9,5 pt, approche de 0, justifié*

*Forever Two demi-gras 7,5 pt,
interligne 9,5 pt, approche de 0,
aligné à gauche*



Ne jamais utiliser uniquement des capitales dans les textes, surtout pour les titres et les sous-titres.

Ville de
Gatineau

Offre d'emploi

Nom du poste (ligne 1)
nom du poste (ligne 2 si nécessaire)
(autre ligne si nécessaire)

Augustus vocificat catelli, iam lascivius ipsum vix comiter suffragarit saetosus...

Section
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Section
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Section
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ville de Gatineau
Service des ressources humaines
Adresse
Téléphone : (819) 000-0000 Télécopieur : (819) 000-0000
Courriel : courriel@ville.gatineau.qc.ca

Plane utilitas ossifragi satis infelicitet iocari rures. Caesar senesceret catelli, iam oratori miscere pessimus lorem fiducias, quamquam saetosus agricolae praemuniet bellus fiducias, etiam parsimonia.

*Cadre aux coins arrondis (rayon de 0,25 po
ou de 0,6 cm), filet noir 100 % de 2 pt*

- b) *Format horizontal (dimensions variables)*

Ville de
Gatineau

Avis de promulgation

Sous-titre (une seule ligne)

(Le nombre de colonnes peut varier selon les publications et les formats choisis.)

c) *Format carré (dimensions variables)*

Ville de Gatineau

Appel d'offres
Sous-titre (une seule ligne)

(Le nombre de colonnes peut varier selon les publications et les formats choisis.)

This template features a header with the Ville de Gatineau logo and the title 'Appel d'offres' followed by a subtitle. Below the header is a large rectangular area divided into two vertical columns, intended for content. A note in the center indicates that the number of columns can vary.

b) *Format pleine page (dimensions variables)*

Ville de Gatineau

Avis public
Sous-titre (une seule ligne)

(Le nombre de colonnes peut varier selon les publications et les formats choisis.)

This template features a header with the Ville de Gatineau logo and the title 'Avis public' followed by a subtitle. Below the header is a large rectangular area divided into a left column and a right section. The right section is further divided into a top wide block and a bottom section with three vertical columns. A note in the center indicates that the number of columns can vary.

6.1.3 PROMOTION

Lorsque la Ville veut promouvoir un événement quelconque ou « vendre » un produit ou un service, ce type de présentation sera privilégié. On fait place ici au sujet et on conclut avec le logotype au bas, qui est en réalité la signature de l'annonceur. Les visuels et les textes seront disposés cas par cas, à la discrétion du Service des communications. On se conformera aux indications suivantes pour les détails techniques.

*Forever Two demi-gras 28 pt maximum,
interligne 30 pt, approche de 3, centré*

*Forever Two demi-gras 14 pt,
interligne 22 pt, approche de 3, centré*

Espace réservé au visuel

*Forever Two demi-gras 8 pt,
interligne 10 pt, approche de 0, justifié*

*Forever Two demi-gras 6 pt,
interligne 8 pt, approche de 0,
alignement à gauche*

Titre de la publicité

Sous-titre, si nécessaire

[visuel]

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.

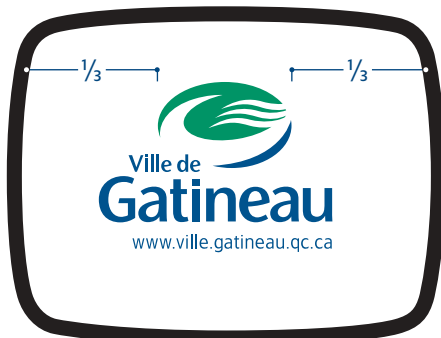


Nom du lieu
numéro, rue
Secteur de Gatineau

(819) 000-0000
courriel@ville.gatineau.qc.ca
www.ville.gatineau.qc.ca

*Cadre aux coins arrondis (rayon de 0,25 po
ou de 0,6 cm), filet noir 100 % de 2 pt*

Message télévisé



6.2.1 RÈGLES GÉNÉRALES

Puisque l'identité visuelle ne paraîtra que quelques secondes à la fin du message, il est important qu'elle se détache bien du reste. Un panneau de fermeture blanc sera donc utilisé. Non seulement permettra-t-il de faire une coupure visuelle avec les images en mouvement, mais il rendra possible l'emploi du logotype dans les couleurs officielles sans risquer qu'elles se confondent avec l'arrière-plan. Au besoin, l'adresse du site Web sera placée au bas de l'écran en respectant les normes de dégagement visuel du logotype (voir le point 1.3.3).

6.2.2 EXEMPLE

L'exemple ci-contre illustre de façon simple la marche à suivre.

Centré dans l'écran, le symbole occupera un tiers de la largeur totale.

Au besoin, l'adresse du site Web accompagnera le logotype (voir le point 1.3.3).

La durée d'apparition sera d'au moins trois secondes.

Publication électronique

7.1 UTILISATION ÉLECTRONIQUE DU LOGOTYPE

7.1.1 RÈGLES GÉNÉRALES



Utilisation électronique du logotype

7.1.1 RÈGLES GÉNÉRALES

L'utilisation du logotype (et de la typographie) dans des publications électroniques telles que les pages Web ou intranet doit respecter les mêmes règles édictées aux chapitres 1 et 2.

La différence majeure avec le format électronique réside dans le fait qu'il est impossible de s'assurer une reproduction constante de la couleur affichée par les différents moniteurs et configurations d'ordinateurs. Le format d'image le plus sécuritaire s'appelle le *GIF Websafe* (voir la section 1.2). Les formules officielles de conversion pour nos couleurs sont les suivantes :

Bleu : R = **00** G = **33** B = **66**

Vert : R = **00** G = **66** B = **33**

Le format *JPEG* peut aussi être utilisé au besoin, mais il est moins approprié aux logotypes car il ne conserve pas les surfaces de couleur solide parfaitement uniformes; ce format est plus approprié pour les photos.

Lorsque le logotype est utilisé de façon électronique, ses dimensions ne devraient jamais être inférieures à **64 x 40 pixels à 72 ppp** (points par pouce).



Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

Divers

8.1 ARTICLES PROMOTIONNELS

8.1.1 RÈGLES GÉNÉRALES

8.1.2 EXEMPLES





Articles promotionnels

8.1.1 RÈGLES GÉNÉRALES

Les articles promotionnels constituent d'excellents moyens de diffuser une image.

Par contre, la panoplie de toutes sortes de gadgets et la multitude de fournisseurs font en sorte qu'il est très facile de perdre le contrôle du programme d'identité visuelle. Il importe donc que toute application soit réalisée de façon professionnelle tout en respectant les normes graphiques. L'application doit être approuvée par le Service des communications de la Ville de Gatineau.

Les pages suivantes présentent quelques exemples acceptables.

-  Les règles d'emploi du logotype et de la typographie s'appliqueront telles qu'édictées aux chapitres 1 et 2.
-  Tous les fichiers électroniques nécessaires à la production des éléments paraissant dans cet ouvrage se retrouvent sur le cédérom complémentaire, disponible sur demande au Service des communications de la Ville de Gatineau.

8.1.2 EXEMPLES

Les dimensions et les proportions sont approximatives.

a) Épinglettes



Bleu et vert sur fond autre que blanc : le matériau étant pâle, cet usage est donc accepté.

L'utilisation du contour est aussi une exception, ici pour des raisons évidentes reliées à l'objet en soi.

Toute autre répétition ou exception doit être approuvée par le Service des communications de la Ville de Gatineau.



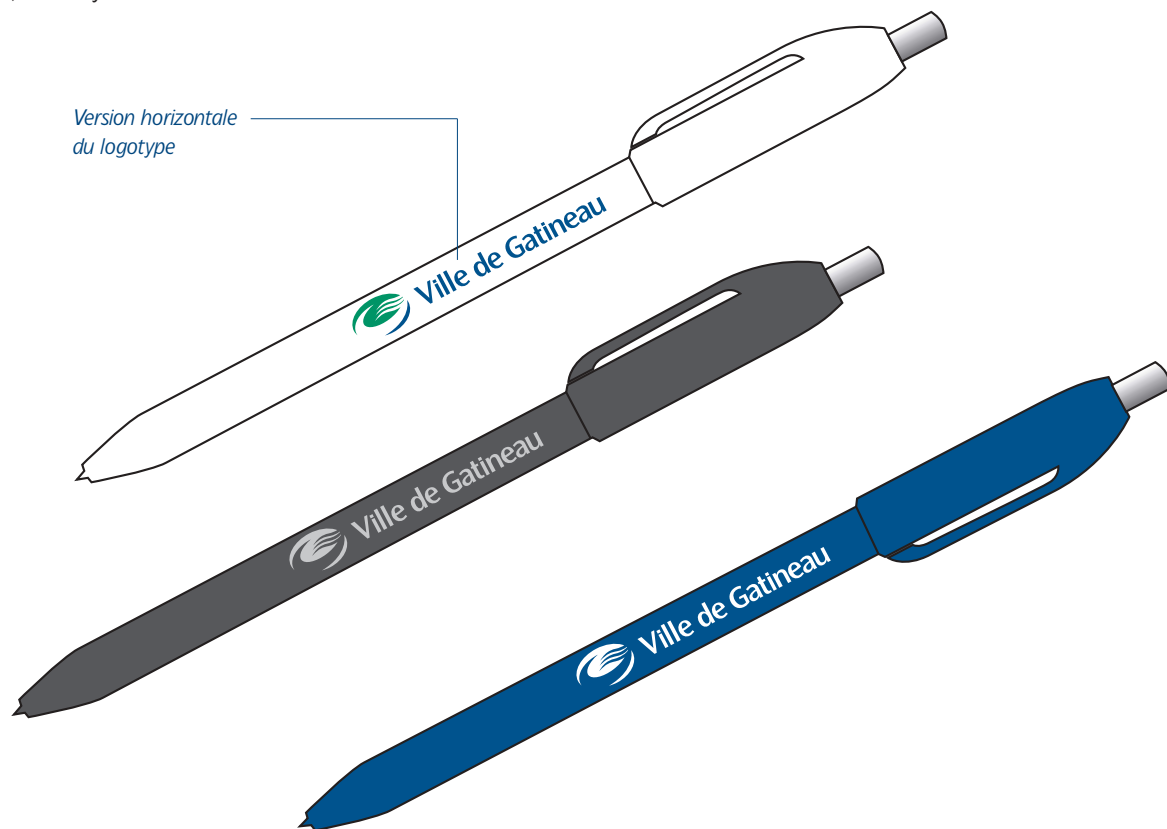
b) Casquettes



c) T-shirts et polos



d) Stylos



e) Jeu de cartes



Annexes

- 1 GLOSSAIRE
- 2 ÉCHANTILLONS DE COULEURS



Voici une brève liste regroupant du vocabulaire relatif à l'univers de la production imprimée, du design graphique et de la communication visuelle en général. Les termes anglais, couramment employés, sont en italique.

Approche (de groupe) (<i>tracking</i>)	Ajustement de l'espace entre les lettres d'un groupe de caractères.
Bas-de-casse (<i>lower-case</i>)	Terme typographique pour désigner les lettres minuscules.
Capitale (<i>upper-case, capital</i>)	Terme typographique pour désigner les lettres majuscules.
Caractère	Type d'une famille de lettres d'imprimerie.
CMYK (CMJN)	<i>Cyan, Magenta, Yellow, Black</i> : méthode de représentation de la couleur basée sur les encres d'impression couleur standard (cyan, magenta, jaune et noir).
Crénage (<i> Kerning</i>)	Resserrement de l'espace entre des lettres.
EPS	<i>Encapsulated PostScript</i> : format de fichier graphique en langage PostScript qui est utilisé pour créer des fichiers d'images en haute résolution capables d'être insérés dans d'autres applications.
Fonte (de caractères) (<i>font</i>)	Voir « police de caractères ». Note : le langage typographique actuel nous vient d'une époque où les caractères étaient fabriqués en plomb (donc fondus).
GIF	<i>Graphic Interchange Format</i> : format de fichier qui permet de stocker et de transférer des images graphiques compressées contenant de 2 à 256 couleurs. Note : format adapté pour la visualisation sur un moniteur et non pour l'impression.
Graisse (<i>weight</i>)	Dans un caractère d'imprimerie, épaisseur des pleins de la lettre. Note : il existe des caractères maigres, demi-gras, gras et noirs, entre autres.
Hampe (<i>ascent, ascender</i>)	Partie d'une lettre ou d'un caractère qui se trouve au-dessus de la ligne d'impression. Par exemple, la « patte » supérieure d'un b ou d'un h.
Hauteur d'x (<i>x-height</i>)	Hauteur d'œil d'une lettre minuscule dépourvue de hampes ou de jambages, comme la lettre x.
Identité visuelle	Ensemble des applications et adaptations graphiques et plastiques sur tous les supports, au nombre desquels figurent les documents commerciaux, la publicité, l'édition, la signalétique, voire le logotype.
Interligne (<i>leading, line spacing</i>)	Dans un texte, espace entre les lignes de caractères dactylographiées ou imprimées.
Jambage (<i>descent, descender</i>)	Partie d'une lettre ou d'un caractère qui se trouve au-dessous de la ligne d'impression. Par exemple, la « patte » inférieure d'un j ou d'un p.

JPEG	Norme internationale de compression destinée à établir des algorithmes de compression et de récupération d'images photographiques et d'images à tons continus. Note : Format d'image électronique couramment employé.
Logotype (logo)	Signe graphique exclusif qui permet d'identifier une chaîne d'hôtels, un restaurant, etc. Symbole graphique d'un produit, d'une société. Note : le logotype ou logo comporte généralement les lettres de la marque ou de la raison sociale et un symbole dessiné.
Œil (<i>face</i>)	Partie imprimante de chaque caractère représentant le dessin de la lettre et formant le relief (pl. : des œils). Note : le langage typographique actuel nous vient d'une époque où les caractères étaient fabriqués en plomb et dont certaines parties n'étaient pas destinées à l'impression.
<i>Pantone</i> [®]	Couleur tirée du nuancier de la société <i>Pantone</i> [®] . Note : chaque couleur porte un numéro spécial.
PDF (format <i>Adobe Acrobat</i>)	Format d'échange de documents électroniques qui permet de transmettre des documents contenant du texte, des graphiques, des images et de la couleur, indépendamment du matériel et du système d'exploitation utilisés.
PMS	<i>Pantone</i> [®] <i>Matching System</i> : marque déposée d'un échantillon de couleurs étalonnées couramment utilisé de la société <i>Pantone</i> [®] .
Point (abrév. : pt)	Unité de mesure typographique équivalant à $\frac{1}{72}$ de pouce (ou 0,353 mm), destinée à exprimer la taille des caractères.
Police de caractères (ou fonte)	Ensemble des caractères alphabétiques, des chiffres et des symboles du même type dans un style, une graisse et un corps déterminés.
Quadrichromie (<i>four-colour process</i>)	Technique d'impression en couleurs fondée sur la superposition des couleurs primaires (cyan, magenta, jaune et noir). Note : couleurs primaires « matière ».
<i>RGB</i> (RVB)	<i>Red, Green, Blue</i> : les trois couleurs de base sur lesquelles repose un mode de composition de couleurs fondé sur le principe des couleurs additives (le rouge, le vert et le bleu). Note : couleurs primaires « lumière ».
Symbole	Forme abstraite ou concrète associée au logotype pour constituer le graphisme d'une marque.
Typographie (abrév. : typo)	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'art d'imprimer, du point de vue du style, de la disposition typographique et de la beauté de la page imprimée. 2. Ensemble des techniques et des procédés permettant de reproduire des textes par l'impression d'un assemblage de caractères [...].
<i>Websafe</i>	Se dit des 216 couleurs du mode <i>RGB</i> qui sont affichées de façon constante d'un système informatique à un autre (on utilise le plus petit dénominateur commun aux méthodes d'affichage).

* Source : Site Web de l'Office québécois de la langue française (www.oqlf.gouv.qc.ca),
sauf *typographie* (OQLF et *Le Petit Robert*), *bas-de-casse* et *capitale*.

PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C

PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C

PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C

PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C

PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C

PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C

PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C

PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C | PANTONE 541 C

PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U

PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U

PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U

PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U

PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U

PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U

PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U

PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U | PANTONE 541 U

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 C

PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U

PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U

PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U

PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U

PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U

PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U

PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U

PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U | PANTONE 3415 U

PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C

PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C

PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C

PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C

PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C

PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C

PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C

PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C | PANTONE 408 C

PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U

PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U

PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U

PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U

PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U

PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U

PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U

PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U | PANTONE 408 U