



# Les lignes d'édition de la Ville de Québec

Guide abrégé



# Les lignes d'édition

Les lignes d'édition définissent les balises favorisant l'harmonisation visuelle des publications de la Ville de Québec. Elles permettent à divers publics d'identifier facilement et rapidement la source institutionnelle de la communication par une image forte et cohérente.

En plus de faciliter le travail, ces règles permettent de rationaliser les activités d'édition. Ce guide abrégé constitue un outil de référence pour toutes les personnes qui doivent produire un document pour la Ville de Québec.

À titre d'éditeur officiel, le Service des communications met à votre disposition des ressources spécialisées qui peuvent vous accompagner dans tous vos projets d'édition.

## Les objectifs

- Établir un caractère distinctif et cohérent à la communication
- Renforcer et harmoniser l'image institutionnelle
- Identifier la source institutionnelle de la communication
- Rationaliser les activités d'édition

## | Les publications visées

Tout document imprimé produit par la Ville de Québec qui vise une clientèle interne ou externe doit se conformer aux lignes d'édition. En général, les documents visés sont :

- dépliants et feuillets
- guides, encarts et bulletins
- brochures et rapports

## L'identification des publications

Le logo de la Ville de Québec ou de l'arrondissement doit être visible et bien positionné afin d'en permettre une lecture rapide et efficace; idéalement, il devrait être apposé à l'avant et à l'endos d'un document, dans le coin inférieur droit. Pour toute information supplémentaire concernant son utilisation, veuillez vous référer au *Programme d'identification visuelle* de la Ville de Québec accessible dans intranet. Vous pouvez également consulter le guide sommaire de ce programme, disponible au Service des communications.

### Votre projet s'inscrit-il dans une thématique spécifique?

Assurez-vous d'utiliser les signatures prévues pour identifier les projets liés à un thème, comme par exemple l'environnement.

Pour toute question sur ce sujet, n'hésitez pas à communiquer avec une ressource du Service des communications.

## Le concept

Le concept vise à soutenir et à mettre en valeur le contenu, le message. De bons choix en cette matière permettront d'atteindre efficacement les publics cibles. Le concept devrait également favoriser la rétention du message.

Les formats électroniques, tels que Internet, CD Rom et intranet peuvent être un complément efficace à une publication imprimée.

Le choix du concept devrait être influencé principalement par les aspects suivants : objectifs de communication, clientèle, budget, lisibilité, durée de vie, récurrence et mode de distribution. Par exemple, un dépliant produit annuellement, comme un guide d'activités estivales, devrait utiliser un même concept pendant au moins trois ans afin de véhiculer une image cohérente et d'amortir les frais liés à son élaboration.

Si le document est distribué par la poste, assurez-vous qu'il réponde aux normes postales canadiennes, édictées par Postes Canada<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Les normes postales canadiennes sont accessibles au [www.postescanada.ca](http://www.postescanada.ca)

## La grille graphique

La grille graphique sert essentiellement à favoriser la lisibilité et la compréhension du message. Une grille aérée est à privilégier, le plus souvent possible.

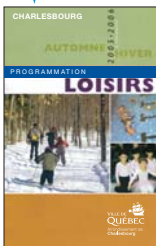
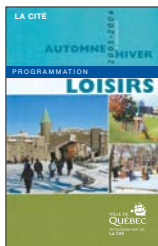
Une grille graphique et typographique commune est de mise dans le cas d'une famille de publications, comme par exemple les programmations loisirs, les politiques et autres.

Des exemples sont présentés ci-dessous.

### • Dépliants

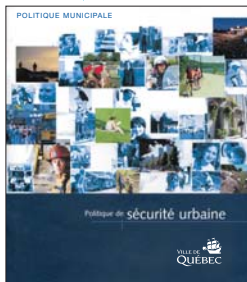


## • Programmation des loisirs



- Identification de l'arrondissement
- Identification de la nature de la publication
- Application du logo dans le coin inférieur droit
- Zone de dégagement pour une visibilité optimale
- Utilisation des couleurs officielles

## • Politique municipale

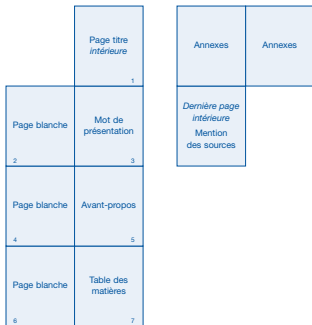


- Identification de la nature de la publication
- Application du logo dans le coin inférieur droit
- Zone de dégagement pour une visibilité optimale
- Utilisation des couleurs officielles

## Les brochures et les rapports

Dans une brochure ou un rapport, les éléments suivants devraient toujours être positionnés au même endroit à l'intérieur : page titre, mot de présentation, avant-propos, table des matières, annexes et mention des sources. L'ordre recommandé est illustré ci-contre.

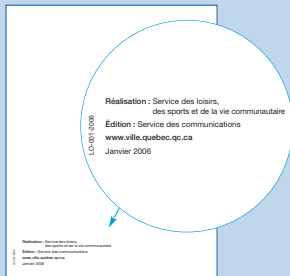
N'oubliez pas d'utiliser le mode recto-verso le plus souvent possible.



### La mention des sources

La mention des sources dans un document devrait contenir les renseignements suivants et être apposée sur la dernière page intérieure d'une brochure ou à l'endos d'un dépliant :

- Réalisateur
- Éditeur
- Adresse Internet de la Ville de Québec
- Mois et année de publication
- Numéro de publication<sup>2</sup>
- Numéro ISBN et ISSN<sup>3</sup>, si nécessaire



<sup>2</sup> Ce numéro permet de repérer et d'identifier rapidement un document produit par un service ou un arrondissement. Ce numéro, déterminé par le Service des communications, réfère au réalisateur et à l'année de publication. Vous pouvez obtenir un numéro séquentiel pour votre publication en communiquant avec l'équipe du Service des communications.

<sup>3</sup> Règle générale, il est recommandé d'utiliser un numéro ISBN pour identifier une publication qui pourrait faire l'objet d'un dépôt légal à la bibliothèque nationale du Canada. Ces numéros doivent faire l'objet d'une demande en ce sens. Vous pouvez obtenir de l'information supplémentaire en communiquant avec le Service des communications.

## La typographie

La police de caractère officielle de la Ville de Québec est le *Helvetica Neue*. Cette police permet une lisibilité maximale sur fond pâle ainsi qu'en inversé. Son utilisation est recommandée pour tous les documents de nature administrative, tels que les rapports, les procès-verbaux, les formulaires, etc.

D'autres polices de caractère peuvent être utilisées. Les caractères avec sérif (ex. Garamond, Palatino, Times) conviennent aux travaux d'édition compte tenu de leur excellente lisibilité. Les caractères sans sérif (ex. Frutiger, Myriad, Univers) sont à privilégier pour les inversés, les tableaux et les encadrés. Dans un même document, il importe de limiter le nombre de polices de caractère utilisées.

Le *Français au bureau* est l'ouvrage de référence privilégié à la Ville de Québec en matière de normes rédactionnelles, notamment pour la ponctuation.

## Les papiers

Le papier choisi pour l'impression d'un document devrait rendre compte de diverses préoccupations, notamment du tirage, du public cible, du prix, de la lisibilité, de la capacité à rendre les couleurs, de l'épaisseur, du pliage, de la durée de vie du document, etc.

Il est judicieux d'utiliser des papiers contenant des fibres recyclées, en particulier pour des documents de nature environnementale. Toutefois, le rapport qualité-prix demeure l'élément déterminant quant au choix d'un papier.

Pour toute question relative au choix de papier, il est recommandé de consulter une ressource professionnelle qui pourra vous conseiller adéquatement. Vous pouvez demander des échantillons de papier à l'imprimeur afin de confirmer votre choix. Enfin, l'utilisation de papiers québécois et canadiens devrait être privilégiée en tout temps.

## Les fournisseurs externes

Pour tout projet d'envergure, il est recommandé de faire des appels d'offres auprès d'au moins deux fournisseurs, et ce, tant pour la conception et l'infographie que pour l'impression. Pour ce faire, vous pouvez utiliser les devis normalisés disponibles au Service des communications. L'équipe du Service pourra également vous accompagner dans le choix de fournisseurs, selon la nature du travail à réaliser.

### Éditeur officiel

Le Service des communications de la Ville de Québec agit à titre d'éditeur officiel. En outre, il assume la responsabilité exclusive de l'image de marque de la Ville.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur les lignes d'édition, vous pouvez vous adresser à l'équipe de la Division de la conception, de la production et de la mise en marché de ce service.