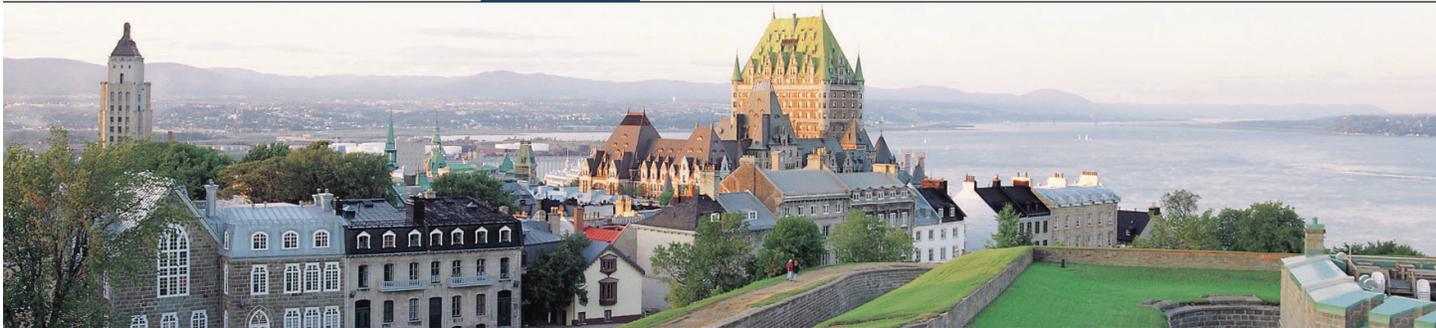


1

Image de marque de la Ville de Québec



Programme d'identification visuelle

Dernière mise à jour : octobre 2017

1. Système d'identification visuelle

1.2 Grands principes d'utilisation

TABLE DES MATIÈRES

2	Introduction
3	Remarques générales
4	Droits de la marque de commerce
	1.1 Système d'identification visuelle
5	• Signature graphique de la Ville de Québec <ul style="list-style-type: none">– Logotype– Symbole
6	• Signature graphique des arrondissements <ul style="list-style-type: none">– Logotype– Symbole– Identification de l'arrondissement
9	• Signature graphique de l'énoncé de positionnement de la Ville de Québec
10	• Éléments de la marque
11	• Les composantes de la signature de l'énoncé
14	• Les règles d'utilisation de l'énoncé
18	• Aide-mémoire sur l'utilisation du logo de la Ville de Québec avec ou sans positionnement
19	• Repérage du centre de la signature graphique
19	• Application minimale
20	• Zone de dégagement
22	• Énoncé de positionnement (slogan ou adresse Internet) <ul style="list-style-type: none">– Exemples de positionnement conformes– Exemples de positionnement non conformes
23	• Couleur <ul style="list-style-type: none">– Version monochrome noire– Version inversée– Version couleur
24	• Normes d'utilisation <ul style="list-style-type: none">– Application de la signature graphique sur un fond de couleur uni– Application de la signature graphique sur une image– Utilisations incorrectes de la signature graphique
25	
29	• Typographie
	1.2 Grands principes d'utilisation
30	• Principes de base
31	• Communication émanant de la Ville de Québec
33	• Communication émanant d'un arrondissement
34	• Communication émanant de plusieurs arrondissements
36	• Communication conjointe avec un ou des partenaires des secteurs public et privé

INTRODUCTION

Soucieuse de présenter une image uniforme, puissante et congruente à sa personnalité, la Ville de Québec s'est dotée d'un programme d'identification visuelle destiné à répondre à ses multiples besoins de communication et de signalisation tout en renforçant le sentiment d'appartenance de la population, du personnel et des membres de l'administration municipale.

Le présent guide de normes graphiques constitue un instrument de travail mis à la disposition des divers usagers de la signature graphique de la Ville de Québec et de celle de ses arrondissements. Il contient l'essentiel des normes graphiques qui régissent l'utilisation de ces signatures.

La mise en application des règles contenues dans ce guide, en particulier en ce qui concerne la constance et l'exactitude de la reproduction, est essentielle au maintien et au renforcement de l'image de marque de la Ville de Québec. Ces règles doivent donc être rigoureusement respectées.

Il est strictement interdit de modifier, en tout ou en partie, les règles et les reproductions maîtresses de ce document. Dans l'éventualité d'une situation non prévue par le présent guide ou de l'absolue nécessité de contourner certaines règles qu'il contient, les usagers de la signature graphique de la Ville de Québec et de ses arrondissements doivent s'efforcer de réduire au minimum les écarts par rapport aux normes établies.

Toute dérogation aux normes formulées dans le présent guide doit être préalablement autorisée par écrit par le Service des communications de la Ville de Québec. Pour obtenir une telle autorisation, on doit s'adresser à la Division de la conception, de la production et de la mise en marché en composant le (418) 641-6651.

On peut également s'adresser à la Division du multimédia et de l'édition pour obtenir toute précision additionnelle relativement à l'application des normes graphiques régissant la signature graphique de la Ville de Québec et de ses arrondissements.

Note

Tout utilisateur ou fournisseur qui emploie le présent guide s'engage à respecter scrupuleusement les principes qui y sont énoncés. Dans le cas contraire, la Ville de Québec se réserve le droit de refuser de payer les travaux non conformes à ses exigences graphiques ou d'exiger que lesdits travaux soient recommencés. L'approbation préalable des épreuves avant impression ou installation est donc fortement recommandée.

REMARQUES GÉNÉRALES

Le terme « image de marque » revêt une réalité différente selon le point de vue qu'on adopte. Il peut désigner l'image perçue par le public à partir d'une multitude d'éléments physiques et immatériels, tels que le nom de l'organisation, ses produits et services, son identité visuelle et sonore, son histoire, ses dirigeants, son savoir-faire et sa communication.

Dans cette perspective, l'image de marque peut être différente de l'image que l'organisation a d'elle-même. Celle-ci doit alors gérer son image de marque de la manière la plus efficace et la plus avisée possible, afin de rectifier la perception du public. Cet accent mis sur la gestion explique le fait qu'on définisse souvent l'image de marque comme une technique de gestion visant à communiquer de manière mémorable les caractéristiques propres à une organisation.

Quelle que soit la définition retenue, l'image de marque constitue un précieux élément de l'actif de toute organisation. Bien que difficilement quantifiable, sa valeur est indéniable. C'est pourquoi la gestion de l'image de marque doit s'inscrire dans une planification à long terme et faire partie intégrante de la stratégie d'ensemble de l'organisation. Celle-ci doit également veiller à ce que toutes les communications de l'organisation reflètent sa personnalité et ses objectifs d'une manière uniforme et favorable, en les renforçant mutuellement.

En ce qui concerne la Ville de Québec, l'image de marque est notamment véhiculée par l'identification visuelle, qui doit apparaître sur tous les documents de communication, les publications institutionnelles, les objets promotionnels, les documents multimédias ou autres, qu'ils soient destinés au personnel, à ses clientèles ou au grand public. En d'autres termes, tout ce que fait la Ville, tout ce qui lui appartient, chaque service qu'elle offre, doit projeter une image nette de la Ville et de ses objectifs.

Cette section présente l'image de marque officielle de la Ville de Québec, ses déclinaisons, ses particularités et les règles graphiques qui la régissent. Afin de promouvoir l'image de marque de la Ville et d'assurer sa cohérence, il est très important de respecter les règles de ce chapitre de façon intégrale.

DROITS DE LA MARQUE DE COMMERCE

La marque de commerce de la Ville de Québec est inscrite dans la base de données sur les marques de commerce de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada sous le numéro de demande 0900286. En plus de l'inscription de la marque de commerce à l'OPIC, la Ville de Québec bénéficie de la protection de l'article 53 de l'annexe C de la Charte de la Ville de Québec L.R.Q. c. C-11.5 lequel prévoit que « La ville peut décréter que nul ne peut, sans son autorisation, utiliser le nom corporatif de la ville, son écusson, ses armes ou son blason, ni le nom ou le titre d'un de ses services ou un nom ou titre susceptible d'être confondu avec celui de la ville ou d'un de ses services. ». Le conseil municipal, par la résolution CV-2003-1179, a décrété cette restriction. Il est donc défendu pour les entreprises, les organismes communautaires, les équipes sportives, les clubs sociaux, etc. d'utiliser en tout ou en partie la signature graphique de la Ville de Québec comme logo pour s'identifier.

Signature graphique de la Ville de Québec



Le téléchargement des signatures graphiques peut se faire via l'intranet de l'administration municipale ou à partir de l'adresse suivante : www.ville.quebec.qc.ca/fr/logos/logos.html .

La signature graphique de la Ville de Québec est le fruit d'un exercice de design qui met en valeur, de façon particulière, les éléments indissociables suivants : un logotype (c'est-à-dire un ensemble de lettres composant le nom de l'organisation dans un style typographique exclusif), un symbole et une couleur distinctive. Lorsqu'ils sont employés conformément aux normes établies dans ce guide, ces éléments concourent à donner à la Ville de Québec une image performante qui lui est propre.

Logotype

Symbole

Le caractère utilisé pour le logotype a été créé expressément à cette fin. Ce caractère exclusif ne peut pas être reproduit à partir d'un clavier d'ordinateur ou d'une police de caractères existante.



Les espaces entre les lettres et les mots ne peuvent être modifiées.

La signature graphique de la Ville de Québec doit projeter une image cohérente de l'organisation. Ce faisant, la Ville de Québec transmet à ses produits et services un sens et une valeur marketing appréciables, le tout de façon simple et économique.

La loi protège les droits de la Ville de Québec sur sa signature graphique dans la mesure où celle-ci est utilisée, de manière invariable, conformément aux règles établies. Le guide des normes graphiques constitue donc l'outil le plus efficace pour préserver le nom et l'image de la Ville de Québec.

Il faut toujours garder à l'esprit qu'une image de marque forte constitue un élément d'actif primordial pour toute organisation. Protéger l'image de la Ville de Québec et soutenir son développement est une responsabilité qui incombe à tous les employés, représentants, distributeurs, détaillants et fournisseurs de l'organisation.

Signature graphique des arrondissements



Arrondissement de La Cité-Limoilou

*La police de caractères
utilisée pour composer
l'identification de
l'arrondissement
est l'Helvetica Neue
Light et Medium.*

*L'espacement entre les
lettres et les mots ne peut
être modifié.*

*Le téléchargement des
signatures graphiques
peut se faire via l'intranet de
l'administration municipale ou
à partir de l'adresse suivante :
[www.ville.quebec.qc.ca/fr/
logos/logos.html](http://www.ville.quebec.qc.ca/fr/logos/logos.html) .*

Les commentaires relatifs à la signature graphique de la Ville de Québec énoncés à la page précédente s'appliquent également à la signature graphique des arrondissements.

Cette déclinaison de la signature graphique de la Ville de Québec se compose de trois éléments indissociables : le logotype et le symbole de la Ville de Québec, ainsi que l'identification de l'arrondissement.

Logotype



Symbole



Identification de l'arrondissement

Arrondissement de La Cité-Limoilou

Signature graphique des arrondissements

(suite)

Arrondissement n° 1



Arrondissement de
La Cité-Limoilou

Arrondissement n° 2



Arrondissement
des **Rivières**

Arrondissement n° 3



Arrondissement de
Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge

Arrondissement n° 4



Arrondissement de
Charlesbourg

Signature graphique des arrondissements

(suite)

Arrondissement n° 5



Arrondissement n° 6



Signature graphique de l'énoncé de positionnement



Signe distinctif de la langue française, l'accent donne du caractère à la voyelle, comme il vient ici affirmer notre identité collective. Berceau de la francophonie en Amérique du Nord, Québec en est désormais la capitale et le porte-étendard.

Par sa forme et par sa hauteur, l'accent rend hommage au cap Diamant, ce relief géographique à partir duquel nous avons forgé notre destin. Il souligne également les mille et un contrastes où s'affiche notre différence : notre visage européen et notre dynamisme nord-américain, notre créativité au service de la culture et du savoir, notre histoire à l'ombre des remparts et des clochers, nos étés festifs et nos hivers chaleureux...

Joyau du patrimoine mondial, Québec conjugue son passé au présent pour construire son futur. C'est à Québec qu'en premier on a placé un accent sur l'Amérique. Aujourd'hui, nous revendiquons le droit de porter cet accent pour le faire entendre et résonner dans le monde entier.

Parce que Québec est unique.

Parce que nous en sommes fiers.

Parce que nous sommes Québec, l'accent d'Amérique.

Éléments de la marque

Signature de l'énoncé de positionnement



L'énoncé de positionnement est la signature promotionnelle de la Ville et vise à faire rayonner celle-ci à l'échelle régionale, nationale et internationale et à assurer une meilleure cohérence entre l'ensemble de ses communications et celles de ses partenaires externes. Le positionnement est toujours utilisé conjointement au logo.

Les composantes de la signature de l'énoncé

- A - Signature de l'énoncé
- B - Signature de l'énoncé/
Arrondissements
- C - Marqueur

A - Signature de l'énoncé - Approche institutionnelle

Version couleur



La signature graphique de la Ville: **bleu PMS 661, blanc ou noir**

La signature graphique, l'accent d'Amérique: **toujours en noir**

L'élément visuel (l'accent): **bleu PMS 661, blanc ou noir**

On privilégie la version verticale. Cependant, la version horizontale est de mise lorsqu'il y a un manque d'espace. Il est obligatoire de conserver les proportions illustrées.

Versions verticale et horizontale (couleur et monochrome)



Les composantes de la signature de l'énoncé

(suite)

Note

La signature de l'énoncé pour les arrondissements s'utilise seulement dans la version verticale tel qu'illustré ci-contre.

À noter que la version horizontale de cette signature n'existe pas et ne pourrait exister car trop problématique.

B - Signature de l'énoncé - Arrondissements



Versions monochromes



Les composantes de la signature de l'énoncé (suite)

C - Marqueur



Le marqueur est conçu pour les partenaires

Les partenaires constituent de grands ambassadeurs de marque de la ville de Québec et de sa région. Le marqueur est un outil graphique simple, flexible et adaptable. Il permet aux partenaires qui l'afficheront de signifier leur adhésion à la marque-territoire et ainsi de contribuer à son rayonnement tout en offrant une valeur ajoutée à leur propre marque.

La caractéristique fondamentale du marqueur est « l'accent d'Amérique » destiné à positionner la ville de Québec comme capitale de la francophonie d'Amérique, tout en exprimant son caractère unique. C'est pourquoi il est utilisé en français seulement, quel que soit le contexte linguistique de la communication à laquelle il s'intègre.



Les règles d'utilisation de la signature de l'énoncé

(Approche institutionnelle)

Il est parfois difficile de savoir si la signature graphique doit être utilisée avec ou sans positionnement. Voici les règles d'utilisation générales et les questions à vous poser afin de déterminer lequel de ces éléments est le plus adapté à vos objectifs de communication.

Règles générales

Essentiellement, toute pièce graphique ou toute communication publique doit porter minimalement la signature graphique de la Ville de Québec.

Ce qui suit montre différents contextes d'utilisation.

Communication interne

Dans un contexte promotionnel, Il est recommandé d'utiliser la **signature associée au positionnement**. En effet, les employés étant les premiers ambassadeurs de la Ville, il importe qu'ils soient sensibilisés au positionnement.

Exemples :

- Documents internes du Service des ressources humaines. (dépliant PAE, bannières autoportantes, guide de l'employé, guide d'éthique, etc.);
- Programmes internes : LEAN, SIVIQ 2.0;
- Couverture de rapports (exemple : plan d'affaires);
- En-tête intranet;
- Modèles administratifs (papeterie);
- Bulletins d'information internes;
 - Hop santé
 - Variations
 - Le SAJ express
 - Vigie – Projet K

Exception : Tous les documents à diffusion interne sur lesquels l'ajout de l'énoncé n'a aucune valeur ajoutée, tels que formulaires, guide de procédures, documents législatifs, conventions collectives, etc.

Communication externe

Pour vos communications externes, il est recommandé d'utiliser **la signature associée au positionnement**.

Exemples :

Site Internet, article promotionnel, affichage, stand, campagne publicitaire, etc.

Cependant, le discernement est de mise.

Exemples :

Les outils de communication émanant de services tels que Police, Protection contre l'incendie, Bureau de la sécurité civile.

Les outils de communication portant des messages à caractère négatif (avis d'évacuation, avis de non conformité, constat d'infraction, etc.)

Bibliothèque de Québec

La Bibliothèque de Québec possède depuis 2013 une signature de positionnement qui reflète les orientations de la « Vision de développement de la Bibliothèque de la Ville de Québec 2013-2020 ». En ce sens, il est préférable d'éviter le chevauchement des deux signatures de positionnement.

Application de la signature de l'énoncé

Ainsi, pour les messages généraux, lorsque la Ville fait la promotion de la Bibliothèque, nous utilisons la signature de l'énoncé de positionnement l'accent d'Amérique seulement.

Exemple :

Panneaux de chantier sur la rénovation de la bibliothèque Gabrielle-Roy.

Application de la signature de la Bibliothèque seulement

Lorsque c'est l'une ou l'ensemble des bibliothèques qui fait la promotion de ses activités et de ses services, l'utilisation de la signature du positionnement de la Bibliothèque accompagnée du logo de la Ville est préconisée.

Exemples :



En partenariat

Lorsque la Ville est partenaire d'un projet ou d'un événement et que son logo doit apparaître dans un bloc de signature, privilégiez l'utilisation du logo simple afin d'assurer une visibilité maximale à la Ville à travers les autres partenaires du projet ou de l'événement.

Lorsque la Ville est productrice avec des partenaires.

Nous signons avec **l'énoncé de positionnement**.

Signalisation

En règle générale, c'est le logo Ville seulement qui apparaît sur les panneaux de signalisation intérieure ou extérieure de bâtiments, sur le mobilier urbain, sur les panneaux routiers, les panneaux de parcs, etc.

Cependant, pour des fins promotionnelles, il est possible que certains véhicules ou autres outils de signalisation arborent la signature de l'énoncé.

Service de protection contre l'incendie et service de police

Ces deux services utilisent un emblème et le symbole de la signature graphique de la Ville pour s'identifier :

- Les armoiries et le symbole de la signature graphique de la Ville pour le Service de police ;
- La croix de Malte et le symbole de la signature graphique de la Ville pour le Service de protection contre l'incendie.

Pour ces services, l'utilisation de la signature de l'énoncé demande une réflexion. Il ne serait pas pertinent d'appliquer la signature de l'énoncé sur une contravention ou sur les outils de communication des opérations policières concernant le vol, le délit de fuite, etc. Cependant, la plupart des programmes de prévention de ces deux unités administratives devraient avoir la signature de l'énoncé.

Identification des vêtements, casques, cartes d'accès

Signature graphique de la Ville seulement.

Aide-mémoire sur l'utilisation du logo de la Ville de Québec avec ou sans positionnement

Utilisation du logo de la Ville de Québec avec ou sans positionnement

10 règles de base

1

Tout outil de communication produit par la Ville DOIT minimalement porter le logo.



6

Les formulaires, tant à usage interne qu'externe, ne portent JAMAIS la signature de l'énoncé.

2

Seules les versions téléchargeables des logos, disponibles au www.ville.quebec.qc.ca/logos doivent être utilisées pour assurer le rendu technique exigé.

7

La signalisation et le mobilier urbain, sauf campagne exceptionnelle, ne portent pas la signature de l'énoncé.

3

Sauf exception, les communications internes et externes portent le logo associé au positionnement.



8

Utilisez les articles de communication administrative tels que: papeterie, enveloppes, notes, cartes de visite, pochettes de presse, etc., mis à votre disposition. Si vous devez en produire, sachez qu'ils portent généralement la signature de l'énoncé.

4

Lorsque la Ville est partenaire d'un projet ou d'un événement, privilégiez l'utilisation du logo simple dans un bloc de signatures, afin d'assurer une visibilité MAXIMALE à la Ville.

9

Faites preuve de jugement. Si le sujet de votre communication porte à controverse, rappelez-vous que l'objectif de l'énoncé de positionnement est de faire la promotion de l'attractivité de la Ville. Le message de votre communication devrait être positif.



5

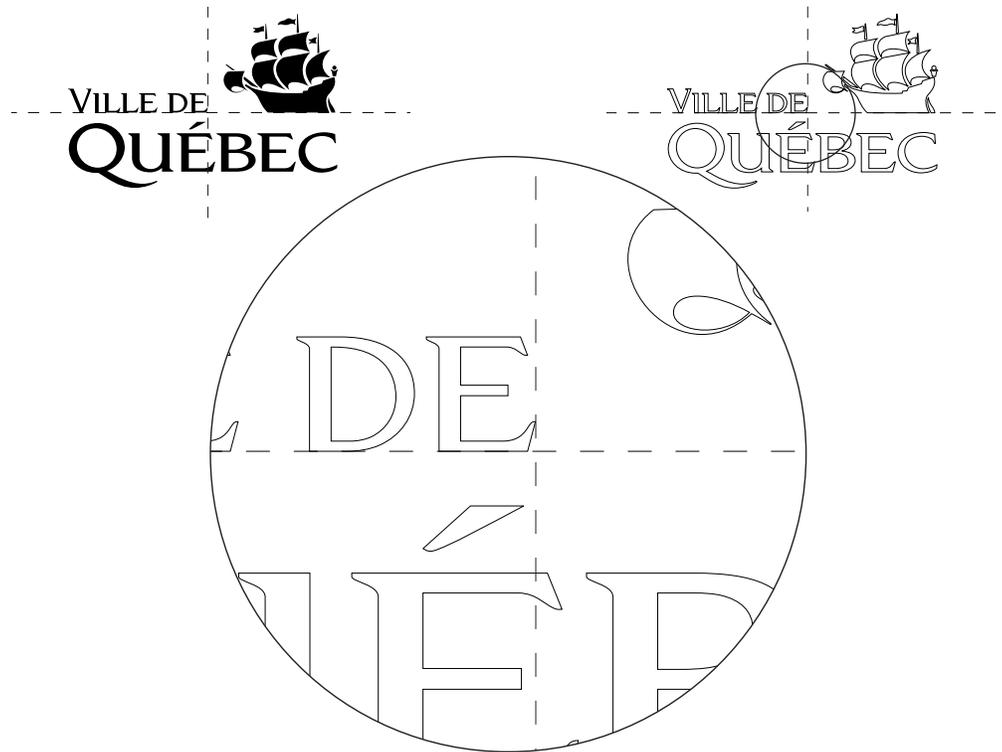
Malgré le point 4, quand la Ville est productrice d'un événement, le logo utilisé doit être celui de l'énoncé, même si cette production se fait en collaboration avec des partenaires.

10

Communiquez avec le Service des communications en cas de doute.

Repérage du centre de la signature graphique

Lorsqu'on doit centrer la signature graphique de la Ville sur un axe vertical, horizontal ou les deux à la fois, on utilise le repère de centre illustré ci-dessous. Ce repère a été calibré de façon optique. Il est le résultat de la croisée de l'axe horizontal, qui passe par la base des mots « VILLE DE », et de l'axe vertical, qui passe par la pointe inférieure droite du mot « DE ».



Application minimale

En aucun cas la largeur de la signature ne doit être inférieure à 20 millimètres.



Zone de dégagement

Afin de faciliter la perception de la signature et de maximiser son impact visuel, il importe de lui assurer une clarté et une lisibilité optimales, tout en soignant la fluidité des lignes de manière à mettre en valeur la personnalité de l'organisation. Pour ce faire, il faut toujours respecter une zone de dégagement qui permet d'isoler la signature de tout autre élément graphique. Cette règle doit s'appliquer en toutes circonstances, peu importe le genre d'utilisation, le support, le format ou la version employée.

Signature de la Ville de Québec

*Le dégagement minimal requis est déterminé par l'unité de mesure **a** équivalente à la hauteur des petites capitales composant le mot « DE ».*



Zone de dégagement

(suite)

Signature des arrondissements



Énoncé de positionnement

Lorsque la signature graphique de la Ville ou d'un arrondissement est suivie d'un énoncé de positionnement, il importe de conserver un juste équilibre visuel entre ces deux éléments.

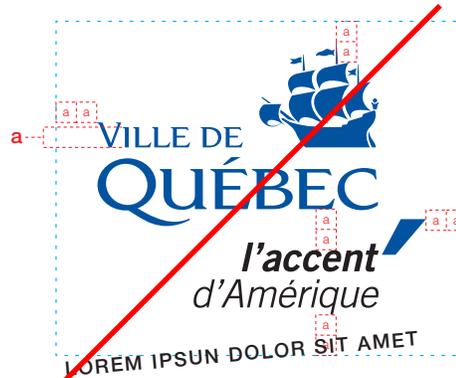
L'ajout d'un slogan à la signature graphique doit faire l'objet d'une analyse approfondie par un professionnel de la communication graphique et doit être approuvé par le Service des communications.

Exemples de positionnement conformes



Les mêmes restrictions s'appliquent pour les logos horizontaux.

Exemples de positionnement non conformes



Couleur

Parallèlement à la recherche de constance et d'uniformité dans l'utilisation de la signature graphique de la Ville, le Programme d'identification visuelle vise à assurer l'impact visuel maximal de cette même signature. L'une des façons d'y parvenir est de jouer sur la couleur.

La couleur officielle de la signature graphique de la Ville de Québec est le bleu (PMS 661). Lorsqu'il est impossible d'obtenir un bleu correspondant au PMS 661, il est préférable d'utiliser la version monochrome noire ou la version monochrome inversée de la signature. On s'assure ainsi de la meilleure lisibilité.

Les normes d'utilisation énoncées à la page suivante permettent de déterminer avec certitude quelle version utiliser.

Pour des applications de nature protocolaire ou promotionnelle, il est possible d'utiliser les couleurs argent (PMS 877) et or (PMS 871).

Version monochrome noire



Version inversée



Afin d'obtenir de meilleurs résultats à l'impression de la version couleur en aplat, il faut obligatoirement utiliser la recette d'encre formulée spécialement à cet effet (code HSQ03 2483, Hostman Steinberg).

Version couleur



Procédé de reproduction	Médium	Encre à utiliser
Aplat	Papier couché et non couché	Encre HSQ03 2483 (Hostman Steinberg) Recette pour 1 kilo HG7X3000 (7X3000 Trans.White 2,5 kg) : 200 grammes HG3PQX591622 (3PQX5916 Blue P072 2,2 kg) : 768 grammes HG8X0001 (8X0001 Black 2,5 kg) : 32 grammes Cette encre offre une meilleure opacité que le PMS 661 original.
Quadrichromie	Papier couché et non couché	100C – 72M – 0J – 6K
RGB	Écran	R : 0 G : 53 B : 145
Hexadécimale (HTML)	Web	#114488 (Matier) #003591 (Pantone)

Normes d'utilisation

Les différentes versions de la signature présentées à la page précédente se prêtent à diverses présentations selon le contexte. À noter que les présentations inversées sont admises dans la mesure où la couleur du support assure un contraste suffisant pour permettre une lisibilité acceptable.

De même, lorsque la signature se présente sur un fond constitué d'une photographie ou d'une illustration, il importe de s'assurer que le contraste est suffisant pour permettre une lisibilité acceptable.

Les normes graphiques énoncées ci-contre s'appliquent intégralement à la signature graphique des arrondissements.

Application de la signature graphique sur un fond de couleur uni



Version couleur sur fond blanc



Version monochrome noire sur fond blanc



Présentation inversée sur fond noir



Présentation inversée sur fond d'intensité moyenne à noire (équivalent à une teinte de gris minimale de 50 %)



Version monochrome noire sur fond d'intensité claire à moyenne (équivalent à une teinte de gris maximale de 45 %)

On doit tenir compte de la nature du fond pour déterminer quelle version de la signature graphique s'avère appropriée.

Application de la signature graphique sur une image



Version couleur sur image d'intensité claire à moyenne (équivalente à une teinte de gris maximale de 45 %)



Version inversée sur image d'intensité moyenne à noire (équivalente à une teinte de gris minimale de 50 %)



Version monochrome noire sur image d'intensité claire à moyenne (équivalente à une teinte de gris maximale de 45 %)

Normes d'utilisation

(suite)

Afin d'assurer à la signature un maximum d'impact et de cohérence, il importe de préserver son intégrité. Les exemples qui suivent illustrent les principaux usages à proscrire.

Les normes graphiques énoncées ci-contre s'appliquent intégralement à la signature graphique des arrondissements.

Utilisations incorrectes de la signature graphique



Ne jamais inverser le symbole par rapport à un axe vertical.



Ne jamais attribuer des couleurs différentes au symbole ou au logotype.



Ne jamais utiliser de trame dans la version monochrome.



Ne jamais changer les proportions et la disposition du symbole et du logotype.



Ne jamais utiliser une police de caractères autre que celle retenue pour la signature.



La signature ne doit jamais être oblique.



Dans la mesure du possible, ne jamais employer une couleur autre que la couleur officielle ou le noir.



Toujours respecter la zone de dégagement.



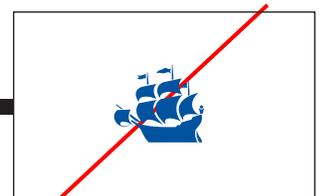
Ne jamais ajouter une ligne de contour aux éléments de la signature.



Ne jamais reproduire la signature sur un fond peu contrastant.



Ne jamais utiliser séparément l'un des deux éléments de la signature.



Normes d'utilisation

(suite)

*Les normes graphiques
énoncées ci-contre
s'appliquent intégralement
à la signature graphique
des arrondissements.*

Utilisations incorrectes de la signature graphique



Ne jamais utiliser une présentation inversée sur une image d'intensité claire à moyenne (équivalente à une teinte de gris maximale de 45 %).



Ne jamais créer un effet lumineux autour de la signature.



Ne jamais créer un effet de relief ou de trois dimensions avec la signature.



Ne jamais utiliser la version couleur sur une image d'intensité moyenne à noire (équivalente à une teinte de gris minimale de 50 %).



Ne jamais utiliser de filtre, de trame ou d'effet de trame atténuée dans la signature.



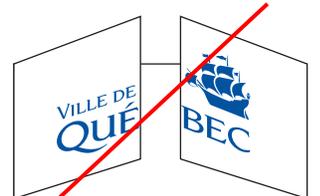
Ne jamais déformer la signature de quelque façon que ce soit.



Ne jamais utiliser le logotype dans un carré blanc inversé dans une image.



Toujours utiliser une signature offrant une résolution suffisante pour le projet. Attention aux pixels !



Ne jamais reproduire la signature de façon qu'elle soit coupée ou tronquée.



Ne jamais utiliser d'artifice ou d'ombre portée autour de la signature.



Ne jamais mettre de texte ou d'éléments graphiques à l'intérieur de la zone de dégagement.



Ne jamais inscrire le nom du service ou de l'entité administrative. Seule la signature officielle doit être diffusée.

Normes d'utilisation

(suite)

Utilisations incorrectes de la signature graphique



Ne jamais attribuer des couleurs différentes à l'identification de l'arrondissement.



Ne jamais utiliser une police de caractères autre que celle retenue pour la signature.



Ne jamais modifier la grosseur de l'identification de l'arrondissement.



Ne jamais ajouter la mention d'une division.

Normes d'utilisation

(suite)

Utilisations incorrectes de la signature graphique



Ne jamais attribuer des couleurs différentes à l'identification de l'arrondissement.



Ne jamais utiliser une police de caractères autre que celle retenue pour la signature.



Ne jamais modifier la grosseur de l'identification de l'arrondissement.



Ne jamais ajouter la mention d'une division.

Typographie

Pour toute pièce de papeterie et pour tout document officiel, le texte doit être composé en caractères Helvetica Neue de la compagnie Linotype-Hell AG. Les principales polices susceptibles d'être employées figurent ci-dessous.

À noter que, dans la majorité des logiciels, la famille de caractères Helvetica Neue s'affiche avec pour nom la seule mention « Helvetica ». C'est le nombre précédant le nom de la police qui distingue les familles « Helvetica » et « Helvetica Neue ».

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
45 Helvetica Neue Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
55 Helvetica Neue Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
56 Helvetica Neue Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
65 Helvetica Neue Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
66 Helvetica Neue Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
75 Helvetica Neue Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
76 Helvetica Neue Bold Italic

Principes de base

*Le téléchargement des
signatures graphiques
peut se faire via l'intranet de
l'administration municipale ou
à partir de l'adresse suivante :
[www.ville.quebec.qc.ca/fr/
logos/logos.html](http://www.ville.quebec.qc.ca/fr/logos/logos.html) .*

Pour atteindre pleinement les objectifs du Programme d'identification visuelle, chacun doit respecter les principes de base qui régissent l'emploi de la signature graphique de la Ville de Québec et celle de ses arrondissements et celle de l'énoncé de positionnement

Essentiellement, toute pièce graphique ou toute communication publique doit porter la signature graphique de la Ville de Québec dans l'une des versions disponibles pour téléchargement. Seules les versions téléchargeables assurent le rendu technique exigé.

Les pages qui suivent présentent différents contextes d'utilisation et de nombreux exemples destinés à illustrer la mise en application des grands principes d'utilisation de la signature graphique de la Ville.

Communication émanant de la Ville de Québec

On doit retrouver la signature graphique de la Ville sur tout document imprimé ou électronique destiné :

- aux communications municipales, régionales, nationales et internationales ;
- aux campagnes publicitaires ou informatives ;
- aux annonces obligatoires ;
- à la signalisation ou aux panneaux d'interprétation ;
- à l'identification des véhicules.

La signature graphique de la Ville doit également figurer sur tout document imprimé ou électronique produit conjointement par plus de trois arrondissements. Dans un tel cas, seule la signature graphique de la Ville doit apparaître sur le document.

Dans la publicité imprimée et électronique de même que dans l'affichage, la signature graphique est généralement placée au bas de la communication et elle peut être centrée ou alignée à droite. Il est très important d'assurer sa lisibilité et son impact visuel.

Exceptionnellement, on peut positionner la signature graphique ailleurs, lorsque la mise en page l'exige.

Ces directives prévalent également pour la signature graphique d'arrondissement.



Communications nationales et internationales (annonce dans un magazine)



Campagne de positionnement (bannière)



Campagne d'information

Communication émanant de la Ville de Québec (suite)

Besoin de vous sentir plus léger?

VILLE DE QUÉBEC

Programme d'aide aux employés (PAE)

Le PAE est :

- un service d'aide **confidentiel**, disponible lorsque vous vivez des situations difficiles;
- un éventail d'intervenants, principalement des psychologues, travailleurs sociaux et sexologues;
- un réseau de **300 professionnels** dans l'agglomération de Québec rattachés à la firme **Shopnet-FoT** pour consultation près de votre travail ou de votre domicile entre 8 h et 20 h;
- une accessibilité **24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et 365 jours par année**, par téléphone et par Internet. Les demandes sont évaluées par un professionnel de la ligne d'aide, qui vous réfère ensuite à une ressource appropriée.
- un accès illimité au site www.travaillantslevie.com pour de l'information spécialisée dont des vidéos et plus de 700 articles sur la gestion du stress, le rôle parental, la santé mentale, etc.; une demande de service en ligne; un accès à un conseiller par clavardage (**Premier contact**) ou par **Cybercounseling**, sur un portail sécurisé.

Carte détachable

Programme d'aide aux employés (PAE)

VILLE DE QUÉBEC

Penser à soi, c'est permis.

Communications municipales (dépliant)

311 INFO
VILLE DE QUÉBEC

VILLE DE QUÉBEC
l'accent d'Amérique

Communications municipales (dépliant)



Véhicule

MA VILLE

BULLETIN MUNICIPAL | AOÛT 2017 - VOL. 11 N°3 | LA CITÉ-LIMOULOU

LA PLACE JEAN-BÉLIVEAU PREND FORME

Les 16 et 17 septembre prochains, la Ville de Québec vous invite à découvrir la place Jean-Béliveau Aménagé devant le Centre Vidéotron, ce nouvel espace urbain de 15 000 m² permettra la tenue d'événements festifs en toutes saisons.

UN HOMMAGE À JEAN BÉLIVEAU
Le nom de Jean-Béliveau est éternellement lié à l'histoire du hockey à Québec. Ce grand athlète a joué dans le rang des Citadelles et des Acs, où il a soutenu les boules et marqué l'imaginaire des amateurs de hockey. Par son engagement dans la communauté, il a aussi fait la différence dans plusieurs causes sociales. Cet homme légendaire aura désormais son nom éternellement dans la capitale.

UN BRONZE MONUMENTAL ET AUDACIEUX
Sir Glen, l'art deco, maître des artistes Cooke-Saxeville, sera le plus grand sculpteur de bronze jamais créé au Canada. Elle représente deux jeunes curlys de Virginie se tenant et regardant l'un sur l'autre. Si on les regarde de près, on découvre ce jeu de miroir évocateur la ressemblance. L'œuvre de 11 mètres représente également la contenance et la audace.

LE GRAND MARCHÉ
Au cours des prochaines années, le site accueillera également le Grand Marché. Cela et compris plusieurs stands permanents, de fins saisonniers et des espaces commerciaux. Produits frais, végétaux et spécialités, mets préparés sur place, livres, articles de cuisine et autres : la variété et la fraîcheur seront au rendez-vous.

SOYEZ DES NÔTRES POUR L'OUVERTURE OFFICIELLE
Les 16 et 17 septembre, découvrez comment espace public dans une ambiance festive lors de son inauguration officielle. Au programme : dévoilement de l'œuvre d'art et de la place publique, animation diverse, concert, restauration, feu d'artifice à Jean-Béliveau, activités pour les enfants, atelier culturel et bien plus!

Photo de l'en-tête

1 LA PLACE DES CANOTIERS
Aménager sur l'ancien établissement Dalhousie, la place des Canotiers comprend des espaces verts, du mobilier urbain, des jeux d'eau ainsi que des zones pavées respectant les conditions de l'eau. Inaugurée des quais de bois de 10'6" large, la place offre le large à la ville. Le site accueille également les événements international.

2 LOISIRS
Les inscriptions débutent le 20 août

3 PLAGES ÉPHÉMÈRES
Des lieux animés et festifs

5 ÉLECTION MUNICIPALE
L'OUTIL POUR BÂTIR
Dimanche 5 novembre, jour de scrutin

8 MON ARRONDISSEMENT
Découvrez la nouvelle YWCA

www.ville.quebec.qc.ca | @villequebec

Communications municipales (journal municipal)

VILLE DE QUÉBEC

Service de protection contre l'incendie

Caserne n° 1
Stationnement

140

Signalisation

Communication émanant d'un arrondissement

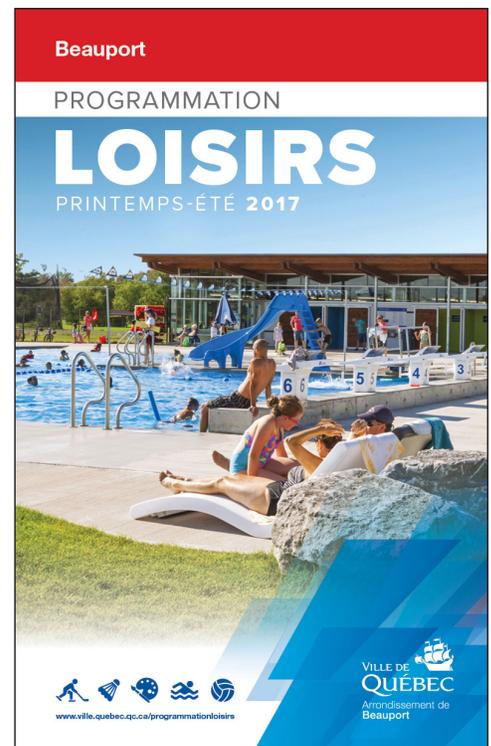
On utilise la signature graphique d'arrondissement sur tout document imprimé ou électronique destiné :

- aux communications municipales identifiées à l'arrondissement ;
- aux communications administratives ;
- aux campagnes publicitaires ou informatives relevant de l'arrondissement.

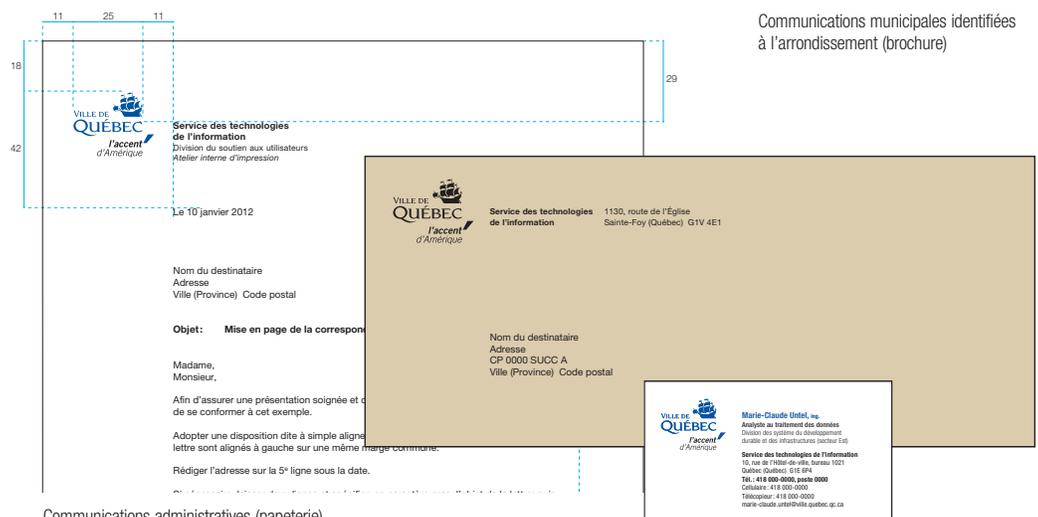
La signature graphique d'arrondissement doit également figurer sur tout document imprimé ou électronique produit par les organisateurs d'un événement commandité ou diffusé par l'arrondissement.



Outil de promotion



Communications municipales identifiées à l'arrondissement (brochure)



Communications administratives (papeterie)

Communication émanant de plusieurs arrondissements

Lorsque la communication émane conjointement de plus d'un arrondissement, on peut ajouter à la signature graphique de la Ville un « bloc-cosignataires », qui identifie les arrondissements participants, jusqu'à concurrence de trois. Au-delà de ce nombre, on utilise seulement la signature graphique de la Ville, sans mention des arrondissements participants.

Le « bloc-cosignataires » se compose des mêmes éléments et répond aux mêmes règles que la signature graphique d'arrondissement. Utilisé uniquement en version verticale, le « bloc-cosignataires » se réalise à l'aide de la signature téléchargeable de base pour cosignataires, à laquelle on greffe, en ordre alphabétique, le nom des arrondissements concernés tel qu'il apparaît dans leur signature téléchargeable respective. L'espace vertical entre chaque nom est déterminé par la zone de dégagement **a** présentée à la section 1.1.

La présence conjointe sur un même document imprimé ou électronique de deux ou plusieurs signatures d'arrondissement n'est pas permise. On utilisera plutôt le bloc-cosignataires ou la signature de la Ville.

De même, la présence conjointe de la signature de la Ville et de celle d'un arrondissement sur un même document imprimé ou électronique n'est pas permise. Dans ce cas, l'une ou l'autre des signatures sera privilégiée selon le contexte d'utilisation.

L'énoncé de positionnement l'accent d'Amérique ne doit pas être présent avec le bloc cosignataires.

Signature avec un bloc-cosignataires



Signature de base pour cosignataires

Nom des arrondissements récupéré de leur signature respective. À noter que pour l'arrondissement des Rivières, on doit changer le mot « des » pour « Les ».



Communication émanant de plusieurs arrondissements (suite)

Exemple d'utilisation d'un bloc-cosignataires

À : FRANCE SERGE GINETTE MARIO PAULINE SYLVIE PIERRE ANDRÉE SYLVAIN JOSÉE CLAUDE MARC ESTELLE BERNARD MARTINE RICHARD LYNE MICHEL NICOLE RÉAL MARIE DENIS ÉLISE JACQUES COLETTE MARCEL LOUISE JEAN-MARC CHANTALE GUY ISABELLE FRANÇOIS NATHALIE LOUIS MURIELLE GÉRARD LUCIE DORIS RÉGENT EDITH LORANT SUZETTE ALBERT ROBERT ANNE RAYNALD MANON BRUNO LINDA ALAIN PASCALE VÉRONIQUE PAUL MARLENE YVON NANCY LUC CLÉMENT MYRIAM JOCELYN SONIA ROGER YANN LUCE HENRI ANNIE SIMON JEAN THÉRÈSE YVON ...

BRAVO !

MÉRITE MUNICIPAL 20...

Cette semaine, le personnel de la Ville de Québec a reçu le **prix du Mérite municipal**, catégorie « employé municipal » dans la région 03. Ce prix récompense notamment les organisations qui ont contribué de façon exemplaire à la qualité de vie de la population.

Depuis le 1^{er} janvier, la nouvelle Ville est pleinement opérationnelle grâce au savoir-faire et au dévouement du personnel municipal. La qualité des services a été maintenue avec un budget inférieur à l'an dernier.

Le *Mérite municipal* est une initiative conjointe du ministère des Affaires municipales et de la Métropole, de la Fédération Québécoise des municipalités du Québec et de l'Union des municipalités du Québec.

VILLE DE QUÉBEC
Arrondissements
La Cité-Limoilou
La Haute-Saint-Charles
Les Rivières

Annonce dans un magazine

ation.

La nouvelle Ville est pleinement opérationnelle grâce au savoir-faire et au dévouement du personnel municipal. La qualité des services a été maintenue avec un budget inférieur à l'an dernier.

VILLE DE QUÉBEC Arrondissement de La Cité-Limoilou

VILLE DE QUÉBEC Arrondissement de Charlesbourg

VILLE DE QUÉBEC Arrondissement des Rivières

Le *Mérite municipal* est une initiative conjointe du ministère des Affaires municipales et de la Métropole, de la Fédération Québécoise des municipalités du Québec et de l'Union des municipalités du Québec.

ation.

La nouvelle Ville est pleinement opérationnelle grâce au savoir-faire et au dévouement du personnel municipal. La qualité des services a été maintenue avec un budget inférieur à l'an dernier.

VILLE DE QUÉBEC

VILLE DE QUÉBEC Arrondissement des Rivières

Le *Mérite municipal* est une initiative conjointe du ministère des Affaires municipales et de la Métropole, de la Fédération Québécoise des municipalités du Québec et de l'Union des municipalités du Québec.

Communication conjointe avec un ou des partenaires des secteurs public et privé

*Dans la mesure du possible,
on privilégiera le coin inférieur
droit comme emplacement
pour la signature de la Ville.*

Dans le cas où la Ville de Québec agit comme partenaire majoritaire avec une entreprise privée ou une société à but non lucratif, il faut toujours placer la signature graphique de la Ville dans le coin inférieur droit. Il importe également de s'assurer que, sur le plan des proportions, on accorde la prépondérance à la signature graphique de la Ville.

Dans le cas où la Ville de Québec agit comme partenaire minoritaire, il importe de chercher à obtenir la meilleure visibilité possible, tout en s'assurant que la taille de la signature n'est pas inférieure à l'application minimale admise et que la zone de protection minimale autour de la signature est respectée.

**La plupart du temps,
on ne prend pas
les rêveurs très au sérieux.**

FRANKLIN BELL LUTHER KING CURIE EDISON NEWTON CASGRAIN RIOPELLE

Pourtant, combien d'inventions, de découvertes et de progrès ont d'abord été précédés par un simple rêve, par l'ambition de changer le monde? Et qui d'autre que la jeunesse sait mieux rêver d'un monde meilleur?

Le Gala Forces Avenir vient récompenser cette aptitude essentielle qu'est le rêve pour faire avancer la société dans tous les domaines.

Félicitations aux lauréats et finalistes!

POLE Québec Chaudière-Appalaches

Communauté métropolitaine de Québec

VILLE DE QUÉBEC
l'accent d'Amérique

Annonce