

# LA MONTÉRÉGIE, LE GARDE-MANGER DU QUÉBEC

---

Guide de normes

LA MONTÉRÉGIE  
**LE GARDE-  
MANGER**  
DU QUÉBEC



# À propos

## La campagne de promotion régionale

### LA MONTÉRÉGIE, LE GARDE-MANGER DU QUÉBEC

Avec 94 500 emplois, 86 % du territoire en superficie agricole, 35 % de la production totale du Québec et l'offre de produits la plus diversifiée de la province, le secteur de l'alimentation est non seulement le premier secteur d'activité de la Montérégie, mais c'est également le plus important de tout le Québec.

Grâce aux acteurs qui font du domaine bioalimentaire leur plus grande passion, notre région alimente depuis longtemps toutes les familles québécoises. C'est pourquoi une campagne de promotion régionale était tout indiquée en Montérégie. Axe Montérégie est l'organisme porteur de cette campagne.

## La mission

Axe Montérégie travaille de concert avec ses partenaires à l'identification, au développement et à la mise en place de conditions favorables à la valorisation du potentiel bioalimentaire sur son territoire. Présentement, l'organisme concentre ses actions autour de la campagne de promotion régionale *La Montérégie, le Garde-Manger du Québec*.

# Identité visuelle

# Logo et sigle officiels

Les normes qui régissent le logo, l'icône, la palette de couleurs, la typographie et les éléments graphiques doivent être respectées en tout temps, dans tout design de pièce de communication.

Il est important de s'y référer régulièrement afin de maintenir la qualité de l'identité visuelle. Il est aussi important de toujours utiliser les versions électroniques fournies.

Les éléments d'identité visuelle constituent un tout et ne doivent être modifiés de leurs états originaux. Les mêmes normes s'appliquent pour les trois logos : logo sans slogan, logo avec slogan et icône.

## Utilisation du sigle officiel:

Toujours utiliser le sigle officiel en présence du logo officiel, jamais seul.

## Les seules exceptions sont :

- Image de profil sur les réseaux sociaux
- Articles promotionnels
- Élément secondaire d'une mise en page

LA MONTÉRÉGIE  
**LE GARDE-  
MANGER**  
DU QUÉBEC

## Logo officiel en couleur

---



## Sigle officiel en couleur

---

## Zone de protection

Les logos sont entourés d'une zone de protection pour assurer leur visibilité et être faciles à reconnaître.

Cette zone de protection est en fait un rectangle invisible où rien d'autre ne doit apparaître.

Tous les éléments graphiques (texte, motif, etc.) doivent se trouver à l'extérieur de cette zone.

Il est très important de respecter la longueur minimale d'utilisation de chaque logo dans tout design de pièce de communication afin d'assurer sa lisibilité.



LA MONTRÉGIE  
LE GARDE-  
MANGER  
DU QUÉBEC

Taille minimale du logo :  
1,905 cm (0,75 po) de largeur



Taille minimale du sigle :  
2,54 cm (1 po) de largeur

# Logo et sigle renversés

## Logo

L'univers de marque de la campagne promotionnelle *La Montérégie, le Garde-Manger du Québec* a été pensé pour une utilisation du logo autant en couleur qu'en renversé sur le bleu.

Le logo en couleur sera apposé sur fond blanc ou de teinte pâle pour une bonne lisibilité.

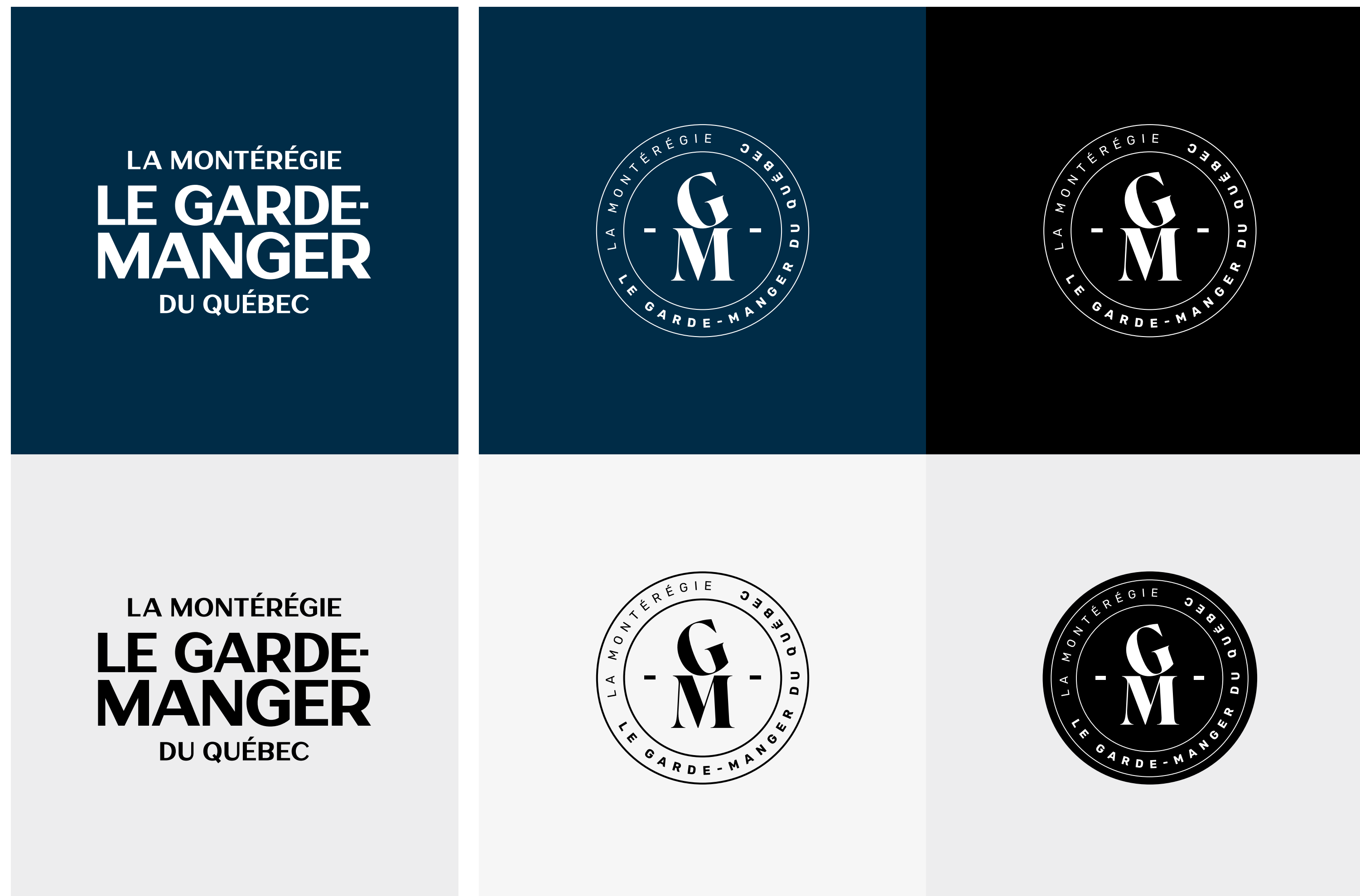
Si le fond est foncé et que la lisibilité du logo couleur est réduite, la version en blanc (renversé) est alors privilégiée.

Une version du logo noir existe et s'utilise seulement lorsque le logo couleur ou le logo blanc ne peut être utilisé : dans un projet imprimé où le nombre de couleurs est limité par exemple, ou dans un design entièrement noir et blanc.

## Sigle

Le sigle peut être utilisé sans le fond bleu pâle s'il ne sert qu'à agrémenter la mise en page et qu'il n'est pas utilisé en contexte de sigle officiel.

Il existe une version en noir et blanc du sigle officiel si le document est dans une seule couleur.



# Interdictions

Pour assurer une constance entre les pièces de communication et la conservation de sa reconnaissance de marque, son équilibre et sa force, le logo ne doit jamais être modifié.

## Voici une liste non exhaustive d'interdictions :

1. Il est interdit de changer les couleurs officielles du logo.
2. Il est interdit de faire une rotation avec le logo.
3. Il est interdit d'appliquer une texture ou tout type d'effet au logo.
4. Il est interdit de modifier l'espacement entre les lettres et les éléments du logo.
5. Il est interdit d'utiliser le logo sur un fond de couleur.
6. Il est interdit de déformer et d'étirer le logo.
7. Il est interdit d'appliquer une ombre portée au logo.
8. Il est interdit de modifier les proportions des lettres et des éléments du logo.
9. Il est interdit de modifier l'emplacement des éléments du logo.



# Déclinaisons sectorielles des sigles

En complément du sigle principal, des déclinaisons spécifiques ont été créées afin d'identifier visuellement les différents secteurs d'activité.

- **Producteurs**
- **Épiceries et Boutiques**
- **Marchés publics**
- **Restaurants et traiteurs**

Chaque sigle respecte la même structure visuelle que le sigle principal et doit être utilisé selon les mêmes règles énoncées dans le présent guide :

- Respect de la zone de protection
- Respect des couleurs officielles propres à chaque secteur
- Aucune modification, déformation ou altération du visuel

Ces déclinaisons sont destinées à renforcer la cohérence et l'identification des différentes sphères d'activités du secteur bioalimentaire montérégien. Elles doivent être utilisées de façon uniforme, dans le respect de l'image de marque globale.

Voici les secteurs et leurs déclinaisons respectives :



**Producteurs**



**Épiceries et Boutiques**



**Restaurants et traiteurs**



**Marchés publics**

# Couleurs officielles

## CMYK et Pantone pour fichier imprimé

Pour les projets dédiés à l'impression, assurez-vous de choisir le bon mode colorimétrique, soit CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black, ou CMJN en français), ou Pantone, selon le type de projet.

Pour assurer une qualité d'impression optimale, il est recommandé d'utiliser des éléments vectoriels (fichiers .ai ou .eps), ou des images photographiques à une résolution minimale de 300 dpi (fichiers .psd, ou .jpg en mode CMYK).

## RGB et HEX pour fichier numérique

Les couleurs en mode RGB (Red, Green, Blue, ou RVB en français) sont utilisées pour des fichiers-écrans, donc numériques, comme le Web, les documents PowerPoint, les vidéos, les réseaux sociaux, etc.

Il est possible d'utiliser des éléments vectoriels (fichiers .svg en mode RGB) ou des images photographiques à une résolution minimale de 72 dpi (fichiers .psd, .png ou .jpg en mode RGB).

Les couleurs sont représentées en fonction de leur pourcentage d'utilisation dans les communications



# Typographie à utiliser

La typographie est un élément important dans le déploiement d'une image de marque cohérente et distinctive.

Des polices de caractère ont été spécialement choisies pour mettre en valeur la marque.

Elles sont offertes sur Adobe TypeKit et sur Google Fonts.

TITRE (#284F9F)

DM Serif Display Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNQRSTU  
VWXYZ 1234567890

---

SOUS-TITRE (#002C47)

Rubik Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNQRSTU  
VWXYZ 1234567890

---

Texte courant (#434546)

Rubik Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNQRSTU  
VWXYZ 1234567890

---

*TEXTE ACCENT*

*PERMANENT MARKER REGULAR*

*ABCDEFGHIJKLMNOSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOSTU  
VWXYZ 1234567890*

Exemple de mise en page

# Lorem ipsum dolor site amet

**Alicatiam nobit *APELLENTES* volor sed maiori, quat ut imet everem. Torem faceptatium nonprehend icimus.**

Susant errum vent faceat as eumquibus eossimiliat volorum et labore, aut fuga. Fugiae nemquam imi, arum vitio dolessim ipiciti oritatia doluptate apition consequia qui sit debisquam.

**Sed diam nonummy nibh euismod :**

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit
- Numsed diam nonummy nibh euismod magna aliquam
- Euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volut

LA MONTÉRÉGIE  
**LE GARDE-  
MANGER**  
DU QUÉBEC

# Éléments graphiques

# Photographie

Une banque de photos peut être mise à votre disposition selon les besoins de l'outil de communication à créer.

Ces photos incluent certains membres de la campagne de promotion, des produits, des lieux de transformation et de production ou encore des consommateurs.

S'il devient nécessaire d'utiliser des photos provenant de banques d'images libres de droits, il est essentiel que les produits mis de l'avant soient produits ou transformés en Montérégie.

Les photos de notre banque ont été prises par Daph&Nico. Il est nécessaire d'ajouter le crédit photo.

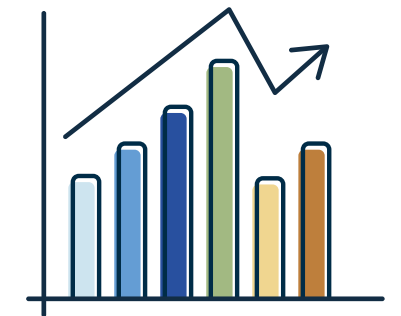
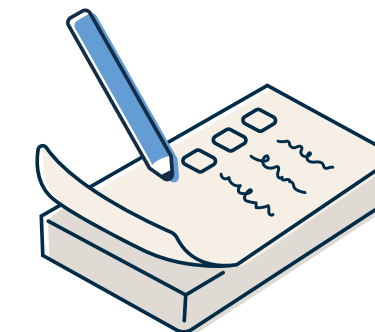
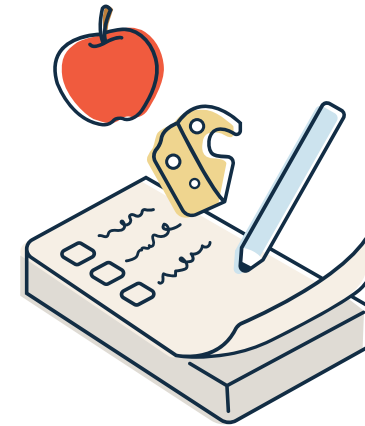


# Illustrations

Des illustrations sur mesure ont été réalisées afin de représenter certaines thématiques.

Ces illustrations ont toutes une ligne contour du bleu officiel de la campagne de promotion et utilisent les couleurs officielles de la marque.

Il est possible de modifier les couleurs de certains détails pour permettre une meilleure harmonisation de la mise en page au besoin.



# Éléments graphiques

## Ligne contour et coins arrondis

Une fine ligne de contour est ajoutée aux photos et les coins sont arrondis à 1/4 po.

## Énoncé en ligne contour

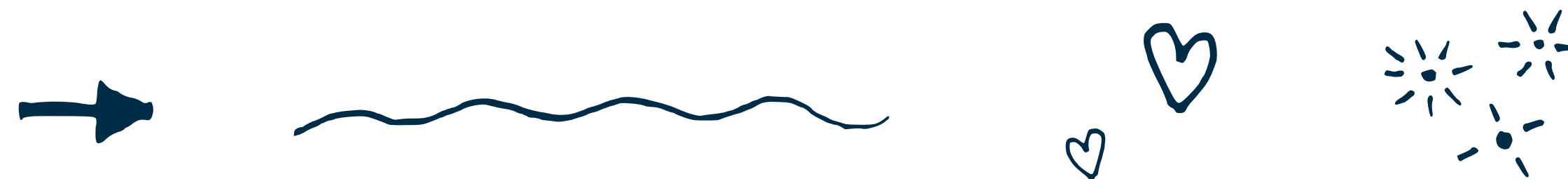
Pour rendre une mise en page plus dynamique, un énoncé peut être utilisé comme image d'appoint en le mettant en ligne contour et mis dans un de ces bleus : #284F9F / #CDE3EE / #649DD4.

## Illustrations d'appoint

De petites illustrations de type « doodle » peuvent ponctuer ou mettre l'emphasis sur un élément du texte ou dans une photo. La plupart du temps, ils seront en bleu (couleur officielle) ou en renversé blanc.



ALLER À LA RENCONTRE DES ARTISANS DE LA RÉGION



Branding conçu par:

**12H30**