

Guide d'appropriation de la marque et normes graphiques



MRC de
BEAUHARNOIS
— **SALABERRY**





La MRC de Beauharnois-Salaberry	4
Pourquoi une stratégie de marque	6
Les clientèles cibles	8
La marque, le reflet de ce que nous sommes	10
Notre promesse	12
L'image de marque	14
Les normes graphiques	18
Le logo	20
Les couleurs	32
La typographie	33
L'iconographie	37
Les formes	38
Les applications	40
Besoin d'un coup de main ?	46

La MRC de Beauharnois-Salaberry

La Municipalité Régionale de Comté (MRC) de Beauharnois-Salaberry est heureuse de vous présenter sa nouvelle image de marque.

Le territoire de la MRC est formé de **sept municipalités**, soit deux pôles urbains majeurs d'activités commerciales et industrielles que sont les villes de **Beauharnois** et de **Salaberry-de-Valleyfield** ainsi que cinq municipalités rurales, soit **Saint-Étienne-de-Beauharnois**, **Saint-Louis-de-Gonzague**, **Saint-Stanislas-de-Kostka**, **Saint-Urbain-Premier** et **Sainte-Martine**.

Trois principaux rôles

Promouvoir : faire rayonner le territoire, sa culture, ses attraits, ses activités, ses réalisations et ses services auprès des clientèles externes et locales.

Planifier : planifier l'aménagement du territoire pour y vivre, le visiter, le préserver et l'améliorer. Coordonner les efforts et favoriser la concertation.

Développer : développer le territoire pour le bien-être social, culturel, rural et économique de ses occupants grâce à la mise sur pied de projets porteurs et ce, dans le respect de l'environnement.

Pourquoi une stratégie de marque

La MRC de Beauharnois-Salaberry souhaite **affirmer sa spécificité** et renforcer son image pour conquérir et fidéliser ses clientèles cibles. Elle s'est dotée d'une nouvelle identité rassembleuse au positionnement exclusif et prometteur, et ce, en regard des éléments distinctifs de son territoire et des sept municipalités qui la composent.

Une image à la hauteur de la **vitalité**, de l'**envergure** et de l'**effervescence** de la MRC, afin de contribuer au sentiment d'appartenance des citoyens et des entreprises ainsi qu'au rayonnement de la MRC et à son pouvoir d'attraction.

Le fruit d'une démarche territoriale

Cette image est l'aboutissement d'une réflexion approfondie sur les atouts de la MRC, son histoire, son avenir et de consultations auprès des acteurs du territoire. Elle vise à souligner ce qui distingue la MRC, ce qui la rend attrayante pour y vivre, y investir ou la visiter.

Les clientèles cibles

- 1** Les employés de la MRC
et de ses municipalités
- 2** Les résidents
actuels et futurs
- 3** Les entrepreneurs
actuels et futurs
- 4** Les visiteurs
actuels et futurs
- 5** Les partenaires de
la MRC qui contribuent
à son rayonnement

**Une image de marque
forte, bien utilisée
et partagée, augmente
sa notoriété et sa
visibilité aux yeux
des clientèles cibles.**

**Vous êtes invités
à faire rayonner la
marque avec nous!**

**La marque, le reflet
de ce que nous sommes**

Les principaux atouts qui distinguent la MRC de Beauharnois-Salaberry

- **Une situation géographique enviable**
Tout près du grand Montréal,
de l'Ontario et des États-Unis
Accessible rapidement par des liens
routiers, ferroviaires et maritimes
- **Une réelle cohabitation
entre les expériences
urbaine et rurale**
- **Une richesse hydrographique
hors du commun**
- **Une qualité de vie exceptionnelle**
Tous les services publics
L'espace parfait pour s'épanouir,
travailler et s'amuser !
- **Un passé, un présent et un futur
marqué de projets d'envergure**
- **En pleine effervescence
économique**
- **Des gens chaleureux et
accueillants, des bâtisseurs
et des artisans**

Notre promesse

« En pleine effervescence, la MRC de Beauharnois-Salaberry, au passé riche de projets d'envergure, offre des expériences urbaines et villageoises vivantes et complémentaires. Reconnue pour ses activités maritimes et nautiques, ses espaces naturels et cultivables, elle amorce une nouvelle ère. Un milieu de vie près de tout, près de vous. »

L'image de marque

Une **mosaïque stylisée** de sept (les municipalités) **formes angulaires différentes** (accélération et différentes facettes) aux **couleurs vivantes** (vitalité et dynamisme) rappelant les teintes de l'eau, des terres agricoles et de l'urbanité.

Une forme organique, en mouvance tout comme le fleuve et où les éléments s'agencent et se complètent.

En bleu, au centre, le canal de Beauharnois, élément phare du territoire.

Une typographie solide et moderne où le territoire de la MRC s'affiche fièrement.

Une palette de couleurs qui rassemble celles de ses trois déclinaisons (Accès Entreprise, Escapade et Parc régional).



**MRC de
BEAUHARNOIS
— SALABERRY**

Espace vital - La signature textuelle souligne la complémentarité des atouts du territoire, l'ensemble parfait pour y vivre pleinement.

Qui dit espace vital, dit éléments essentiels à la vie et à l'épanouissement. Un espace où l'on peut donner libre cours à ses rêves, ses activités, ses projets!

Une typographie manuscrite et décontractée qui s'agence à celle, plus précise et rigoureuse, de la MRC.



**MRC de
BEAUHARNOIS
— SALABERRY**

ESPACE VITAL

Un air de famille

La marque se décline pour représenter de manière cohérente les autres entités de la MRC.

Consultez les guides des autres entités pour plus d'information.



Escapade
BEAUHARNOIS
— **SALABERRY**



Parc régional
BEAUHARNOIS
— **SALABERRY**



Accès Entreprise
BEAUHARNOIS
— **SALABERRY**

Les normes graphiques

Les pages suivantes décrivent les règles et conditions à respecter pour utiliser les différentes versions de l'image de marque.

Message aux entreprises, organismes et municipalités de la MRC

Vous êtes invités à utiliser la marque de la MRC **en complément** de votre logo et ainsi à contribuer au rayonnement de notre territoire.

Plus nous serons nombreux à l'utiliser, plus elle s'inscrira dans l'imaginaire des clientèles cibles et véhiculera les valeurs et les atouts de notre territoire.

Précisons que l'image de marque de la MRC ne remplace pas votre signature et vient plutôt en complément pour la renforcer. **Il n'est pas possible d'utiliser l'image de marque de la MRC de Beauharnois-Salaberry seule, elle doit être accompagnée de votre logo corporatif** (voir les exemples d'utilisation aux pages 23 à 25, 41, 44 et 45).

Logos primaires couleurs

Le logo peut s'utiliser seul ou avec sa signature textuelle. La version horizontale est à privilégier.

- ① Logo à l'horizontal sans signature
- ② Logo à l'horizontal avec signature sur 1 ligne
- ③ Logo à l'horizontal avec signature sur 2 lignes



Logos primaires noir et blanc

Le logo peut s'utiliser seul ou avec sa signature textuelle. La version horizontale est à privilégier.

- ① Logo à l'horizontal sans signature
- ② Logo à l'horizontal avec signature sur 1 ligne
- ③ Logo à l'horizontal avec signature sur 2 lignes



Logos primaires renversés

Le logo peut s'utiliser seul ou avec sa signature textuelle. La version horizontale est à privilégier.

- ① Logo à l'horizontal sans signature
- ② Logo à l'horizontal avec signature sur 1 ligne
- ③ Logo à l'horizontal avec signature sur 2 lignes



Logos secondaires couleurs

La version verticale du logo peut être utilisée **uniquement lorsque aucune alternative n'est possible** (par exemple dans le cas d'une collaboration) et seulement avec l'autorisation de la MRC.

- ① Logo à la vertical sans signature
- ② Logo à la vertical avec signature

Exemple d'une collaboration :



①



②



Logos secondaires noir et blanc

La version verticale du logo peut être utilisée **uniquement lorsque aucune alternative n'est possible** (par exemple dans le cas d'une collaboration) et seulement avec l'autorisation de la MRC.

- ① Logo à la vertical sans signature
- ② Logo à la vertical avec signature

Exemple d'une collaboration :



①



MRC de
BEAUHARNOIS
— **SALABERRY**

②



MRC de
BEAUHARNOIS
— **SALABERRY**

ESPACE VITAL

Logos secondaires renversés

La version verticale du logo peut être utilisée **uniquement lorsque aucune alternative n'est possible** (par exemple dans le cas d'une collaboration) et seulement avec l'autorisation de la MRC.

- ① Logo à la vertical sans signature
- ② Logo à la vertical avec signature

Exemple d'une collaboration :



Sainte-Martine
Entre terres et rivières



MRC de
BEAUHARNOIS
—**SALABERRY**



La cohérence graphique

Le logo **ne doit jamais** être modifié. Voici des exemples d'utilisations incorrectes.

* Dans le cas de certains projets spéciaux (habillage d'un véhicule par exemple), la position des éléments peut être changée, mais le tout devra être préalablement approuvé par la MRC.



Ne pas tracer
les contours



Ne pas changer
les couleurs



Ne pas déformer
le logo



Ne pas utiliser le
logo sur une texture



Ne pas ajouter
d'ombrage au logo



Ne pas ajouter une
texture au logo



Ne pas changer la position
des éléments sauf exception*



Ne pas changer la
police de caractère



Ne pas utiliser le symbole
d'une autre entité



Ne pas enlever
le symbole du logo

Espace de protection

Pour maximiser sa lisibilité et son effet visuel ainsi que pour préserver l'intégrité du logo, un espace de protection tout autour de celui-ci doit être libre de tout élément textuel ou graphique.

L'espace de protection, sur toutes les faces, est égale à la hauteur de X.

Taille minimale

Le logo ne doit pas être utilisé dans une taille inférieure aux mesures indiquées afin de préserver sa lisibilité.

Imprimé Z = 1,5 pouce (4 cm)
Numérique Z = 75 pixels



Espace de protection

L'espace de protection s'applique de la même manière lors d'une utilisation du logo avec sa signature textuelle sur 1 ligne.

Il n'est **pas permis d'utiliser la signature textuelle** lorsque le logo est réduit à sa taille minimale.

L'espace de protection, sur toutes les faces, est égale à la hauteur de X.



**Ne pas utiliser
en petit format**

Espace de protection

L'espace de protection s'applique de la même manière lors d'une utilisation du logo avec sa signature textuelle sur 2 lignes.

Il n'est **pas permis d'utiliser la signature textuelle** lorsque le logo est réduit à sa taille minimale.

L'espace de protection, sur toutes les faces, est égale à la hauteur de X.



**Ne pas utiliser
en petit format**

Espace de protection

L'espace de protection s'applique de la même manière lors d'une utilisation verticale du logo.

L'espace de protection, sur toutes les faces, est égale à la hauteur de X.

Taille minimale

Le logo ne doit pas être utilisé dans une taille inférieure aux mesures indiquées afin de préserver sa lisibilité.

Imprimé	Z = 1 pouce (2,5 cm)
Numérique	Z = 50 pixels



Espace de protection

L'espace de protection s'applique de la même manière lors d'une utilisation verticale du logo avec sa signature textuelle.

Il n'est **pas permis d'utiliser la signature textuelle** lorsque le logo est réduit à sa taille minimale.

L'espace de protection, sur toutes les faces, est égale à la hauteur de X.



**Ne pas utiliser
en petit format**

Une palette vibrante

Au-delà de notre logo, les couleurs de l'image de marque de la MRC, inspirées de notre territoire, sont les aspects les plus reconnaissables de notre signature visuelle.

L'utilisation appropriée de nos couleurs est l'un des moyens les plus faciles de nous assurer que tous nos documents soient cohérents et qu'ils aient un air de famille. La palette de couleurs de la MRC comprend des couleurs vibrantes et vivantes.

Anthracite	Bleu aqua	Bleu grec	Vert lime	Vert citron	Orange
C 20	C 70	C 100	C 80	C 15	C 0
M 5	M 0	M 5	M 5	M 0	M 80
Y 5	Y 20	Y 25	Y 100	Y 100	Y 95
K 90	K 0	K 0	K 0	K 0	K 0
R 47	R 22	R 0	R 13	R 226	R 241
G 55	G 190	G 164	G 177	G 228	G 90
B 60	B 207	B 192	B 75	B 26	B 41
#2F373C	#16BECF	#00A4C0	#0DB14B	#E2E41A	#F15A29

Une typo qui a de l'impact

La typographie utilisée pour les titres et les sous-titres est affirmée et forte. Pour télécharger la police de caractère, communiquez avec la MRC.

Utilisation avec un ratio de hauteur de la lettre et interlignage de 1 sur 0,9.

Attention – Dans le cas, d'un long bloc de texte, modifier ce ratio pour 1 sur 0,95.

Ceci est un titre ou un sous-titre

Gt Walsheim Pro Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%?&*()**

Gt Walsheim Pro Black Oblique

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%?&*()***

Lisible et bien équilibrée

Plus fine, la typographie des textes courants est facile à lire et moderne. Pour télécharger la police de caractère, communiquez avec la MRC.

Utilisation avec un ratio de hauteur de la lettre et interlignage de 1 sur 1.

Ceci est un
texte courant

Gt Walsheim Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%?&*()

Gt Walsheim Pro Light Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%?&*()

Pour mettre de la vie à vos visuels

La typographie de la signature textuelle se distingue par son aspect plus ludique et manuscrit. Pour télécharger la police de caractère, communiquez avec la MRC.

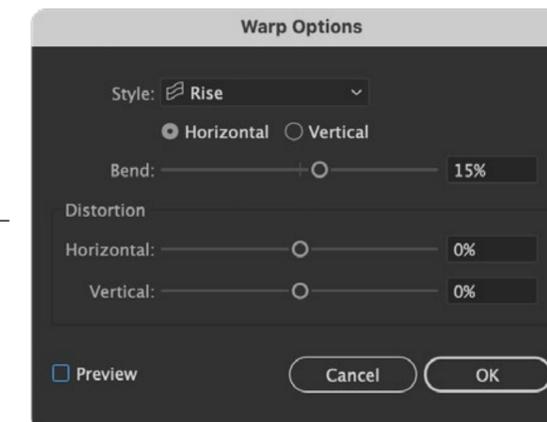
Attention – Utilisation seulement avec une déformation (*Warp*) de style «Élévation (*Rise*)» horizontale et pliée (*bend*) entre 10 % et 25 % tout dépendant de la longueur du texte.

CECI EST
UN POPUP

PLAKKAT REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

CECI EST
UN POPUP



La police de remplacement

À défaut de pouvoir utiliser les typographies précédentes, les polices d'équivalence sont Arial Black ou Arial Regular. Elles sont utilisées pour tout ce qui est relatif à la suite Microsoft Office, les courriels ou toutes les autres applications où il est impossible d'utiliser GT Walsheim Pro Black et Light. Ne pas utiliser Plakkat Regular dans ces cas car il n'y a aucune police de remplacement équivalente.

Utilisation avec un ratio de hauteur de la lettre et interlignage de 1 sur 0,9 pour Arial Black et de 1 sur 1 pour Arial Regular.

**Ceci est un titre
ou un sous-titre**

Arial Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%?&*()**

Ceci est un
texte courant

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%?&*()

Simple, précise et linéaire

Pour bonifier le système graphique de la marque, cette icônographie, de style linéaire aux lignes précises et coins carrés, est recommandée et souhaitée.

Dans les cas où de nouvelles icônes seraient nécessaires, plusieurs plateformes (flaticon.com et thenounproject.com en sont des exemples) en offrent des similaires et gratuites qui devront être ajustées (épaisseur des lignes, hauteur et largeur de l'icône) afin de se marier à la famille déjà établie.



Tout est dans la composition

Les images sont présentées telle une mosaïque organique, aléatoire et surtout bien organisée, combinant des photos et des formes de couleur.



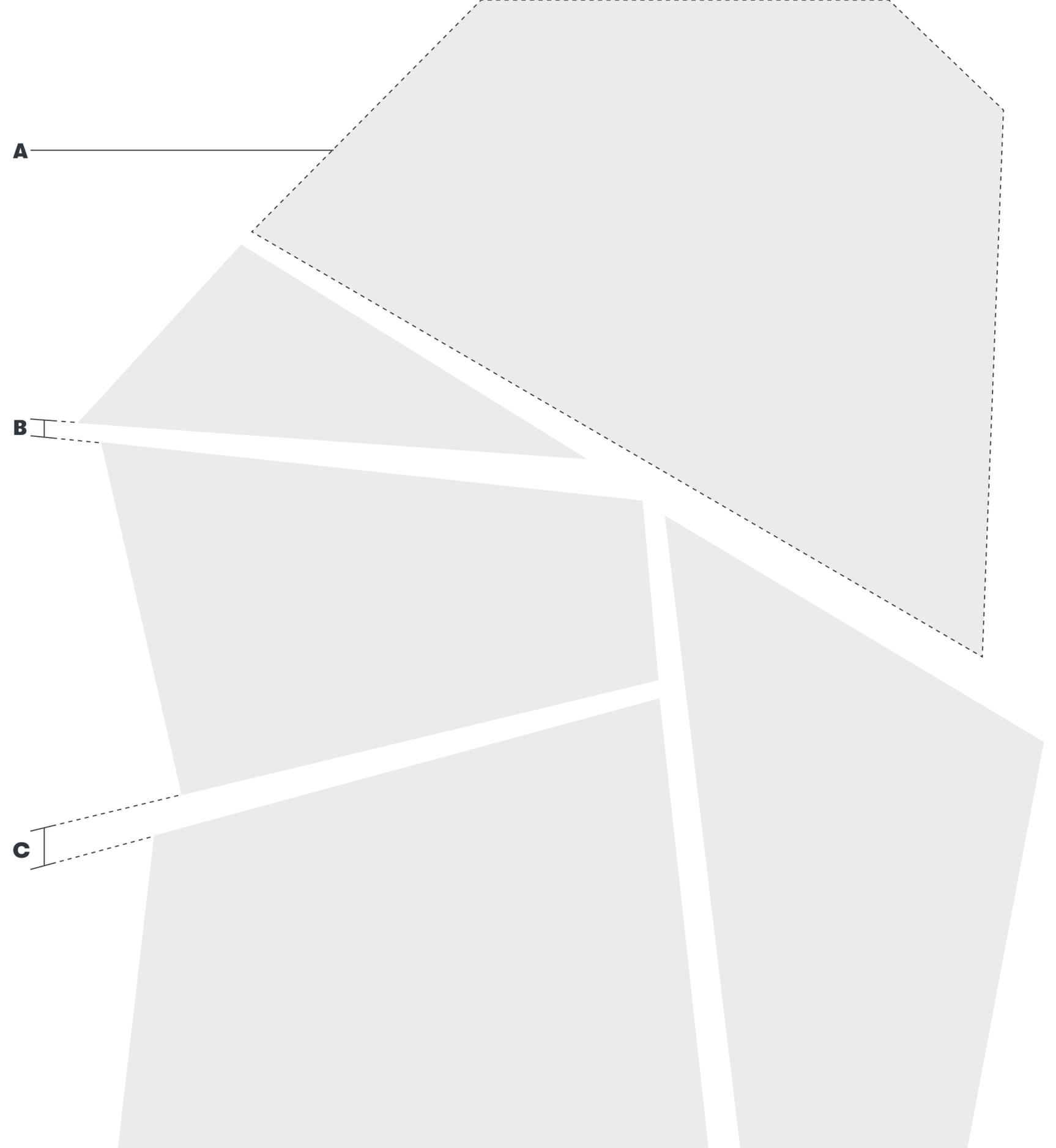
Composition de formes

La composition des formes doit être organique, aléatoire, mais organisée. La configuration des formes en soi n'a pas d'importance; elles peuvent avoir de trois à cinq, voire six côtés, mais le résultat doit être harmonieux. Il est important de garder des espacements inégaux entre les formes, en alternant les espaces minces et larges.

Il importe également que la composition globale outre passe le cadre sur au moins deux côtés, sauf pour les documents sans marge perdue.

L'utilisation d'une forme de couleur au lieu d'une photo n'est pas obligatoire.

- A = Forme
- B = Espace mince
- C = Espace large



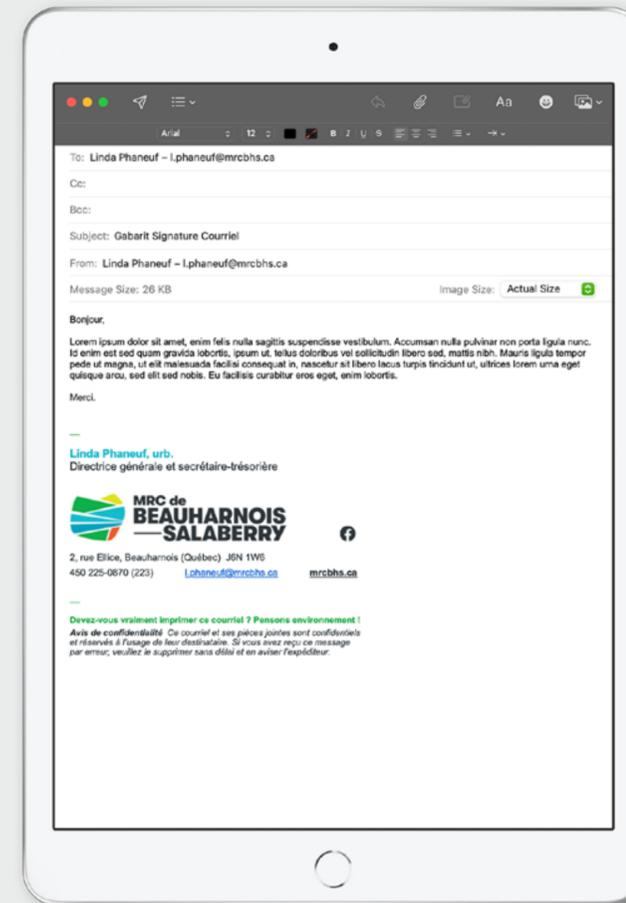
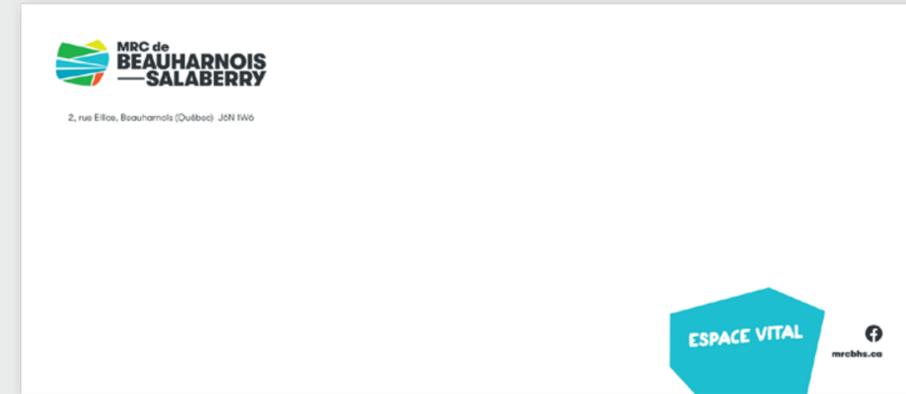
Voici des exemples d'application :

Carte d'affaires

Enveloppes

Entête de lettre

Signature de courriel



Affiche promotionnelle

L'utilisation de la composition de formes est fortement recommandée pour ce type de matériel promotionnel.

- A = Assise incluant une collaboration
- B = Assise régulière
- C = Marge égale à gauche, à droite et en bas

Dans le cas où le logo du collaborateur est plus large, remplacer la signature par celle sur 2 lignes et garder le bas aligné avec « Beauharnois ». De plus, s'assurer que le site Web soit aligné à gauche de la signature dans le cas où il y a des icônes de réseaux sociaux ; sinon il est aligné à gauche.



Affiche de contenu ou d'information

L'utilisation d'une illustration simple dans la composition de formes est fortement recommandée pour ce type de matériel promotionnel. Idéalement, il ne faudrait pas mélanger ce style d'affiche à celui de la page précédente.

L'utilisation d'un phylactère (bulle) s'applique lorsque la MRC s'adresse directement aux lecteurs. Elle n'est pas obligatoire et doit être utilisée judicieusement avec la composition de formes.

**Chaque jour
J'LE FAIS !**

Beauharnois
**Secteur Est (Maple Grove)
et Ouest (Melocheville)**
Les lundis, dès le 30 septembre

Secteur Centre
Les mardis, dès le 1^{er} octobre

Sainte-Martine
Saint-Étienne-de-Beauharnois
Saint-Louis-de-Gonzague
Saint-Stanislas-de-Kostka
Saint-Urbain-Premier
Les vendredis, dès le 4 octobre

Salaberry-de-Valleyfield
**Secteur A (Georges-Leduc,
Grande-Île, Nitro, Saint-Timothée)**
Les lundis, dès le 30 septembre

**Secteur B (Centre-ville, La Baie,
Robert-Cauchon, Champlain,
Jules-Léger)**
Les mardis, dès le 1^{er} octobre

La collecte
du bac brun
commence
bientôt

Pour en savoir plus
450 225-5055
jlemais.com
jlemais

 MRC de
BEAUHARNOIS
— **SALABERRY**

ESPACE VITAL
mrcbhs.ca 

Quelques autres exemples d'application :

Site Web

Réseaux sociaux



Une marque à partager

Adhérez à la marque avec nous et soyez fier d'afficher votre région d'appartenance ! Intégrez les éléments de la marque aux différents outils de votre organisation, entreprise ou municipalité.

Voici quelques exemples fictifs d'application de l'image de marque :

- 1 Affiche
- 2 Article de vente
- 3 Site Web
- 4 Réseaux sociaux



1

2

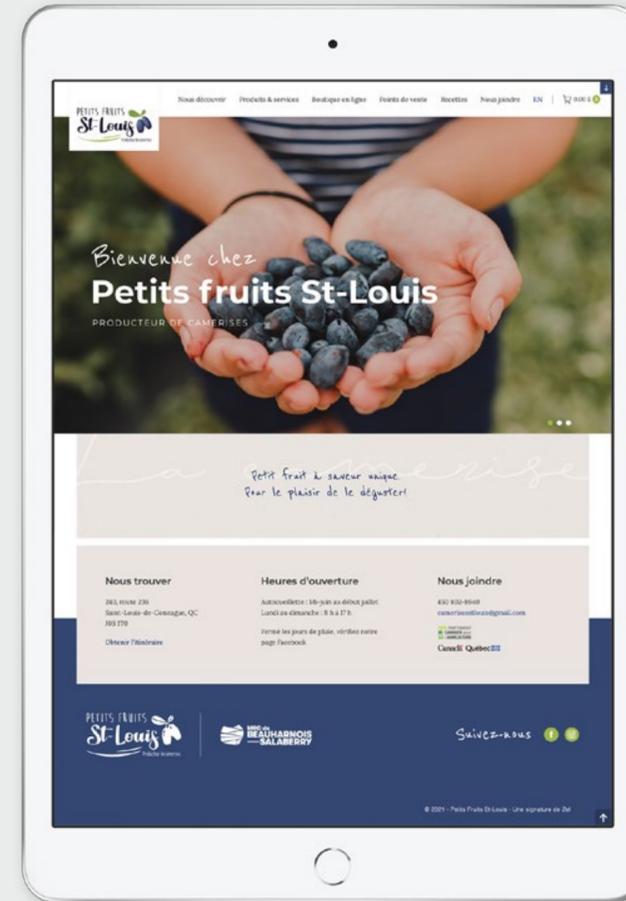


Important

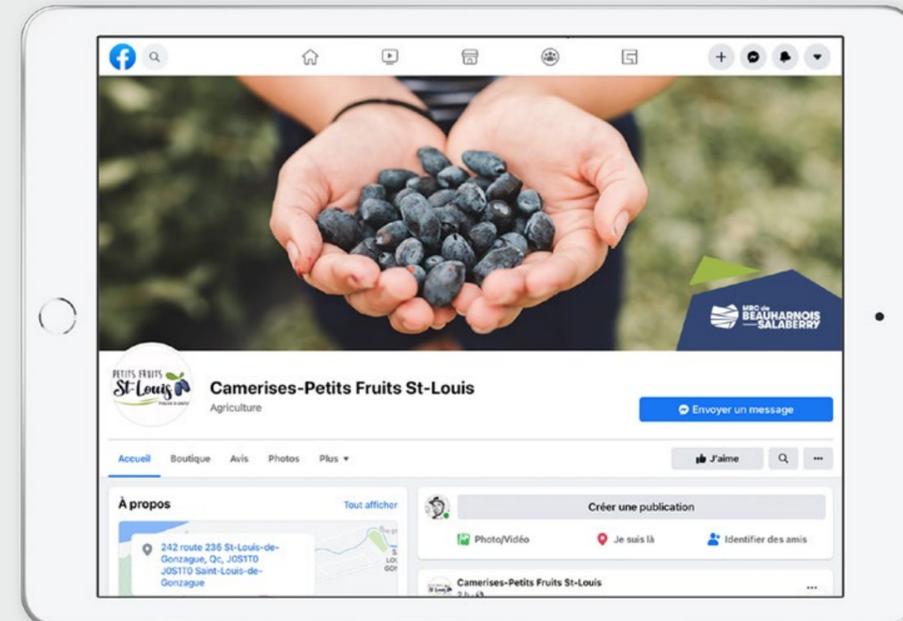
Veillez noter que les éléments de l'image de marque, tels que les formes, s'adapteront aux couleurs de l'organisation, entreprise ou municipalité afin de ne pas entrer en conflit avec l'image de marque déjà établie.

Dans les exemples, le logo est utilisé en renversé. Mais, si cela s'applique, n'hésitez pas à partager les couleurs de la MRC de Beauharnois-Salaberry!

3



4



**Besoin d'un
coup de main ?**

**L'équipe de la MRC
est là pour vous aider
et répondre à vos
questions relatives
à l'utilisation de
l'image de marque.**

Les visuels sont disponibles en différents formats (EPS, JPG, PDF, PNG, SVG), n'hésitez pas à en faire la demande à l'adresse **info@mrcbhs.ca** en expliquant l'utilisation que vous souhaitez en faire.

La MRC se réserve le droit de faire modifier aux utilisateurs de la marque tout visuel qui ne respecte pas les normes graphiques.



ESPACE VITAL

