

GUIDE DES NORMES GRAPHIQUES

VILLE SAINTE-ANNE-DES-PLAINES

Sainte-Anne-des-Plaines est *une terre patrimoniale aux mille saveurs.*

Des champs et des boisés ceinturent un cœur urbain, créant un milieu de vie cordial et champêtre. L'agroalimentaire y tient un rôle de premier plan. En empruntant les rangs et les chemins ruraux, vous y découvrirez les kiosques des fermiers qui vous offrent leurs produits frais du jour.

Fondée en 1787, Sainte-Anne-des-Plaines jouit d'un bâti patrimonial privilégié : l'église (1902), le presbytère (1887), le couvent (1883) et la Maison et grange-écurie des prêtres Chaumont (1884). Le dynamisme de la communauté permet l'organisation d'activités d'envergure : expositions, fêtes thématiques et compétitions sportives. La ville a obtenu quatre fleurons au programme des Fleurons du Québec visant l'embellissement horticole des municipalités.

DYNAMIQUE

RASSEMBLEUSE

COMMUNICATRICE

INCLUSIVE

Le logo, à travers une fleur et sa force d'attraction, livre plusieurs messages.

Véritable sentinelle écologique d'un lieu accueillant, naturel et fertile, cette fleur nous indique une bonne santé de l'écosystème de la ville et incarne son renouveau perpétuel.

À sa base, on découvre d'abord l'horizon d'une grande plaine agricole, verdoyante et accessible par une route verte qui la traverse jusqu'au point central du symbole.

Son pétale bleu illustre le grand air du vaste territoire tandis que son pétale vert rappelle le couvert végétal qui surplombe les multiples parcs et les lieux publics de la ville. Les trois pointes se trouvant au-dessus de la fleur du logo représentent bien la ville festive, colorée et ouverte qu'est Sainte-Anne-des-Plaines.



**Sainte-Anne-
des-Plaines**

Logo principal

Votre logo principal est celui qui comprend le plus d'informations, soit le nom complet (sans sigle) de votre entreprise et les éléments graphiques (si applicable).

Pour son utilisation et pour garder l'uniformité des communications visuelles avec le logo, il faut éviter de l'étirer ou de le déformer. On ne change pas la proportion des éléments. Aucune utilisation d'une couleur non conforme au guide des normes. Ne pas changer la typographie. Ne pas utiliser un logo couleur sur un fond de couleur, autre que celles associées à la marque; privilégier la version noire ou renversée sur les photos.

Le logo est figé dans sa construction, il ne peut pas être modifié.



**Sainte-Anne-
des-Plaines**



**Sainte-Anne-
des-Plaines**



Logo secondaire

Le logo secondaire va de pair avec le logo principal. Il s'agit souvent d'une variante de ce dernier. Cela optimise le visuel pour être utilisé dans des espaces plus petits ou quand le logo principal ne conviendrait tout simplement pas au format. Les logos principaux et secondaires sont généralement interchangeables et peuvent être utilisés où bon vous semble.

Le logo est figé dans sa construction, il ne peut pas être modifié.



Logo alternatif

Le logo alternatif est une version simplifiée du logo qui est optimisée pour les petits visuels. Il peut être utilisé pour les images de profil sur les réseaux sociaux, les filigranes et tout autre support. Essentiellement, c'est une manière plus subtile d'afficher l'image de marque en restant cohérent. Il permet d'intégrer de manière plus ludique l'image de marque dans les conceptions visuelles.

Le logo est figé dans sa construction, il ne peut pas être modifié.



Sainte-
Anne-
des-
Plaines



Sainte-
Anne-
des-
Plaines

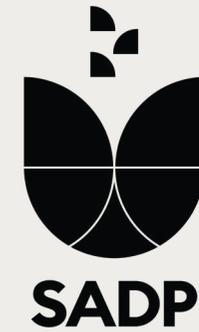


Sainte-
Anne-
des-
Plaines

Logo sigle

Votre logo sigle est un logo où l'abréviation SADP (Saint-Anne-des-Plaines) apparait. Il s'agit d'une variante plus petite et simplifiée du logo qui est optimisée pour être utilisée en espaces restreints. Le logo sigle est à utiliser en dernier lieu. C'est une manière subtile d'afficher votre image de marque.

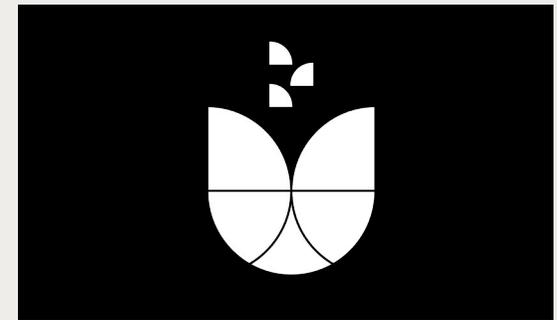
Le logo est figé dans sa construction, il ne peut pas être modifié.



Emblème

L'emblème, appelé *logomark* en anglais, sert à améliorer l'identité de la marque. C'est une image ou un symbole qui représente l'entreprise. Cette version est utilisée pour des favicons, en motif, comme filigrane ou parfois sur les réseaux sociaux.

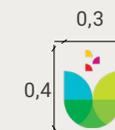
Le logo est figé dans sa construction, il ne peut pas être modifié.



Zone de protection

Votre logo à besoin d'espace pour respirer et préserver son intégrité. La zone de protection du logo est égale à la hauteur et à la largeur du « P » de « Plaines ». Aucun élément graphique ne doit empiéter sur cette zone, quel que soit le médium employé.

Il importe également que le format du médium soit plus grand que la zone de protection. Autrement dit, le haut, le bas et les côtés du logotype doivent être suffisamment éloignés des extrémités du médium.



La taille minimale de 0,3 X 0,4 pouces est à respecter pour toutes les versions des logos.

Logo bibliothèque

Pour son utilisation et pour garder l'uniformité des communications visuelles avec le logo, il faut éviter de l'étirer ou de le déformer. On ne change pas la proportion des éléments. Aucune utilisation d'une couleur non conforme au guide des normes. Ne pas changer la typographie. Ne pas utiliser un logo couleur sur un fond de couleur, autre que celles associées à la marque; privilégier la version noire ou renversée sur les photos. L'utilisation des zones de protection du logo principal de la Ville est la même que celui de la bibliothèque.

Le logo est figé dans sa construction, il ne peut pas être modifié.

Version principale



Version sigle



Version secondaire



Version emblème



- LOISIRS ET VIE COMMUNAUTAIRE**
- Activités sportives
- Parcs et installations
- Organismes communautaires

- ENVIRONNEMENT**
- Écocentre et Collectes
- Fosse septique
- Sauvegarde de la nature
- Règlements environnementaux

- SÉCURITÉ**
- Sécurité incendie
- Prévention et Intervention
- Campagne de sécurité
- Mesures d'urgence
- Santé publique et civil

- TRAVAUX PUBLICS**
- Avis de travaux
- Usine d'eau potable
- Déneigement

- URBANISME**
- Permis
- Règlements

- RESSOURCES HUMAINES**
- Offres d'emploi
- Équipe municipale
- Vulgarisation du travail

Couleurs

Chaque service de la Ville est représenté par une couleur de la marque pour optimiser la reconnaissance du grand public.

Ces codes de couleurs sont également utilisés à l'interne pour la création des déclinaisons numériques et imprimées. Cette façon de faire permet une meilleure compréhension des différents secteurs d'activités.

- ADMINISTRATION**
- Conseil municipal
- Greffe (nouveaux règlements, etc.)
- Finances et taxation
- Horaire des jours fériés
- Politiques citoyennes
- Consultations

- CULTURE**
- Bibliothèque
- Activités pour enfants
- Activités pour adultes
- Infos sur la bibliothèque
- Événements culturels

- DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE**
- Commerces et industries
- Achat local
- Tourisimes et attractions



Photographie

Les visuels doivent toujours être attirants, avec un ton positif. Il est aussi possible d'en utiliser qui viennent directement des activités de la Ville, tant que les personnes sur les photos ont donné leur consentement. Il est important d'utiliser des images libres de droits ou encore, pour les besoins, de payer lesdits droits à l'auteur. On évite les images et photos ayant trop d'éléments, de mauvaise qualité (toujours s'assurer d'avoir une résolution optimale), sombres ou mal éclairées, avec un traitement trop intense (les filtres, c'est réservé à Snapchat et Instagram!), qui encouragent maladroitement des préjugés négatifs ou de fausses conceptions, ayant du contenu textuel ou des publicités.

