



Dernière mise à jour : mars 2021

Identité et document de marque réalisés par Oasis Communication-Marketing.

Table des matières

Marque identitaire	4
Les éléments de l'identité	8
Typographies	24
Couleurs	28
Applications de la marque	34
Gabarits	54

**Marque
identitaire**

CULTIVER L'INSPIRATION.

Écrin réputé de Charlevoix, Baie-Saint-Paul est, depuis des décennies, un berceau d'inspiration. Elle n'a de cesse de s'inventer tout en préservant l'équilibre de la beauté naturelle qui l'entoure.

Baie-Saint-Paul, c'est d'abord une baie, une courbe majestueuse qui offre en continu un spectacle unique à ses habitants. Mais contemplation ne veut pas dire inertie. Tout le monde ici prend part à sa beauté, la ville nous pousse à nous réaliser et à faire fructifier ce que la nature nous offre. Baie-Saint-Paul cherche sans cesse un équilibre pour conserver à tout prix une vie saine et respectueuse de son environnement.

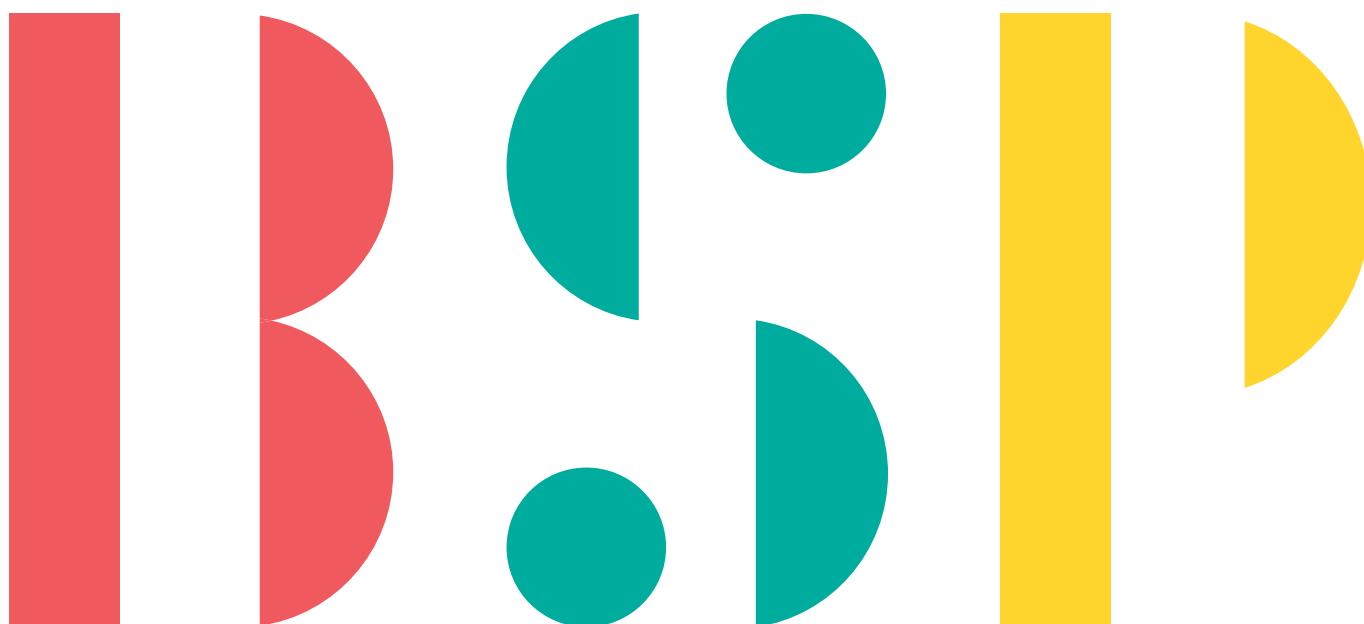
La nature de Baie-Saint-Paul forge des entrepreneurs créateurs et des citoyens impliqués pour qui la collégialité est une valeur importante, une force. Faire fructifier, échanger, apprendre.

Baie-Saint-Paul est devenue ainsi un symbole fort d'un nouveau mode de vie au Québec. Celui d'une réelle conscience de la notion de développement durable, créant ainsi de véritables éco-citoyens, pour qui vie humaine et écosystèmes sont intimement liés pour apprécier une vie spectaculaire.

Les éléments de l'identité

Le logotype

Par ses formes simples et ludiques, ses couleurs lumineuses et contrastantes, le logo de la Ville de Baie-Saint-Paul possède une force de caractère, tout en conservant un côté chaleureux. Le logo se décline en trois versions afin qu'il soit polyvalent dans une grande variété de designs et de contextes.





Primaire (horizontale)

C'est le logotype principal, celui-ci doit être privilégié en tout temps.

Secondaire (verticale)

Cette déclinaison doit être choisie uniquement dans les cas où il est impossible d'utiliser la version primaire du logo.



Tertiaire (acronyme)

Cette option se veut complémentaire aux versions horizontales et verticales. Il est proscrit de l'utiliser seule et sans contexte. À utiliser seulement si le nom complet de la ville se retrouve dans l'environnement immédiat de l'acronyme.



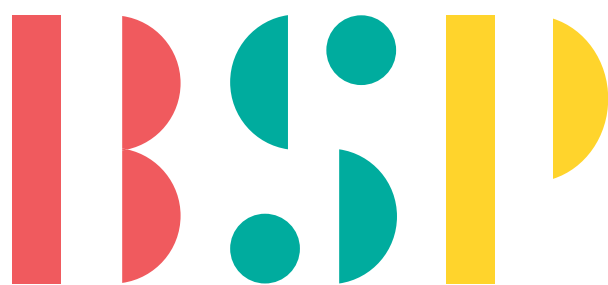
Logo principal



BSP Ville de
Baie-Saint-Paul

BSP Ville de
Baie-Saint-Paul

Logo vertical



Ville de
Baie-Saint-Paul

BSP

Ville de
Baie-Saint-Paul

BSP

Ville de
Baie-Saint-Paul

Logo acronyme



Le logo acronyme joue aussi le rôle d'élément graphique de marque. Il est permis de faire déborder le logo acronyme du cadre comme dans l'exemple ci-dessous.
À noter qu'il est accompagné du logo principal pour une bonne identification de la marque.



Logo sur fond de couleur



Sur un fond de couleur, la couleur de la lettre correspondante au fond doit être changée pour du blanc. Le même principe s'applique pour la version verticale et l'acronyme.



Zone de dégagement du logo

La zone de dégagement doit, dans tous les cas, être respectée. Elle permet à l'image de marque de se démarquer dans l'espace et face aux différents éléments qui peuvent l'entourer. Le dégagement doit être au moins la moitié de la hauteur de l'acronyme.



Taille minimale

Le logo doit toujours respecter une grandeur minimale afin d'être lisible sur les différents supports. Les grandeurs minimales des trois types de logo sont présentées ci-dessous.



30 mm
85 px



17 mm
50 px



12 mm
35 px



4 mm
10 px

Usage sur image

Contraste avant tout

Lorsque placé sur fond photographique, il est important d'assurer une bonne lisibilité du logo. Il faut donc choisir des photos visuellement neutres et une couleur de logo venant bien contraster avec les couleurs de la photographie.



Ajout d'effets

Il est possible d'ajouter de légers effets au logo afin de le faire ressortir de son environnement. Par contre, il faut s'assurer que ces effets sont légers et nécessaires, et qu'ils n'altèrent pas le logo (qualité, lisibilité, compréhension).



Manipulations proscrites

Modifier l'angle



Rempalcer les polices



Modifier les proportions



Étirer ou compresser



Modifier les couleurs

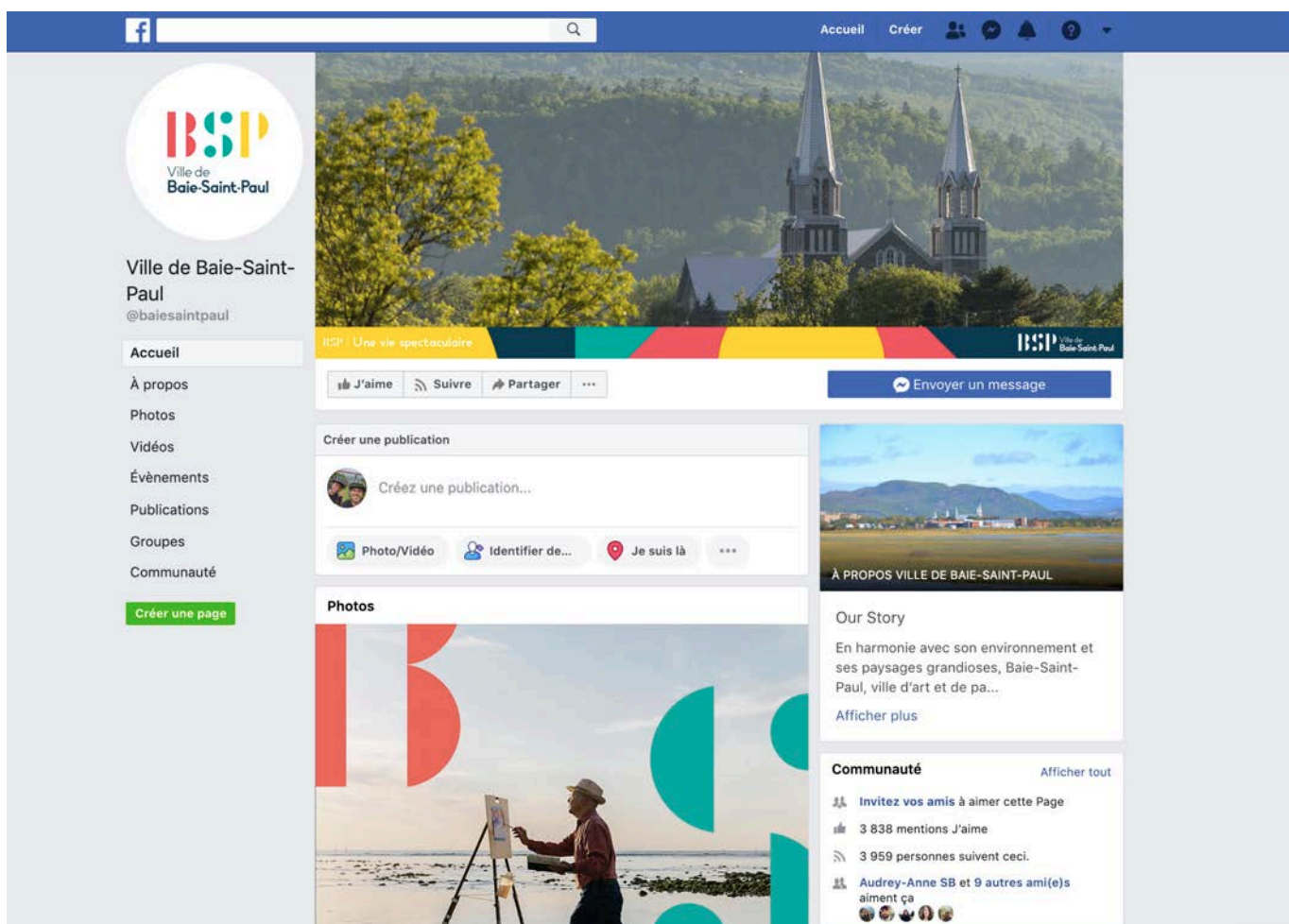


Ajouter des effets



Usage sur le web

Utiliser le logo vertical lorsque l'espace du logo est vertical ou carré. Comme sur la photo de profil Facebook par ci-dessous.



Typographies

Typographies de titres principaux

Titres d'affichages | Imprimé

La typographie Planeta a été choisie pour les titres d'affichages. N'étant pas adaptée pour les longs paragraphes de texte, elle doit être utilisée seulement pour les titres d'affichages, comme sur la couverture d'un dépliant ou d'un magazine. De plus, il est primordial de travailler l'espacement entre les lettres, afin de donner un résultat adéquat.

Sur le web la typographie DM Sans doit être utilisée.

Planeta

Ab

**Lorem ipsum
sit amet consectetur**

Titres principaux | Web

DM Sans

Ab

**Lorem ipsum
sit amet consectetur**

Typographies secondaires

Titres, sous-titres et texte courant | Imprimé

La typographie utilisée pour les titres, les sous-titres ainsi que pour les textes courants est TT Commons. Cette police est très polyvalente, car elle possède une très grande variété de graisses. Elle est aussi bien adaptée pour les longs paragraphes de texte.

Sur le web la typographie DM Sans doit être utilisée.

TT Commons

A b

Lorem ipsum sit amet

Tiataturem nos etur, id eostrum rereptia pratur sandip-
sam aut etur. Pa volum ate dolum et doluptati omnia do-
lore plic temo blatia conserf eribus

Citatus ese possit quam nimustrum latemposti solorehenet offic tet autese-
d ut quatus incid utem voloruptat ex eicabo. Et eos inctempos escieni hillent veli-
gen ihilluptat la est voluptat Doloris ab ipis sunt fuga. Bea vent vellaborpos aut
arumquatur. Quidem ress imi, sincto bla qui dollest quid que ex et, eliquidita as
expero expedisquam.

Sous-titres et texte courant | Web

DM Sans

A b

Lorem ipsum sit amet

Tiataturem nos etur, id eostrum rereptia pratur san-
dipsam aut etur. Pa volum ate dolum et doluptati
omnia dolore plic temo blatia conserf eribus

Citatus ese possit quam nimustrum latemposti solorehenet offic tet au-
tesed ut quatus incid utem voloruptat ex eicabo. Et eos inctempos es-
cieni hillent veligen ihilluptat la est voluptat Doloris ab ipis sunt fuga. Bea
vent vellaborpos aut arumquatur. Quidem ress imi, sincto bla qui dollest
quid que ex et, eliquidita as expero expedisquam.

Typographies utilisées à l'interne

Titres principaux

Ces typographies doivent seulement être utilisées lorsque les typographies principales de la marque ne sont pas accessibles..

Corbel

Ab

**Lorem ipsum
sit amet consectetur**

Sous-titres et texte courant

Calibri

Ab

Lorem ipsum sit amet

Tiataturem nos etur, id eostrum rereptia pratur sandipsam aut etur. Pa volum ate dolum et doluptati omnia dolore plic temo blatia conserf eribus

Citatus ese possit quam nimustrum latemposti solorehenet offic tet autesed ut quatus incid utem voloruptat ex eicabo. Et eos inctempos escieni hillent veligen ihilluptat la est voluptat Doloris ab ipis sunt fuga. Bea vent vellaborpos aut arumquatur. Quidem ress imi, sincto bla qui dollest quid que ex et, eliquidita as expereo expedisquam.

Couleurs

Couleurs

Couleurs principales

La palette de couleurs principales est composée de 4 nuances offrant des combinaisons de couleurs très contrastées. Ces 4 couleurs sont à privilégier pour les compositions de formes géométriques, pour les aplats de couleurs, les titres et les appels à l'action.



Pantone 129C

CMYK : 0, 15, 90, 0

RGB : 246, 212, 69

Web : #F6D445

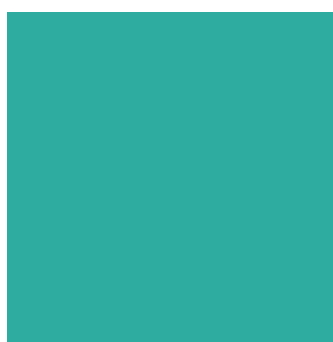


Pantone 178C

CMYK : 0, 80, 58, 0

RGB : 229, 90, 90

Web : #E55A5A



Pantone 326C

CMYK : 95, 0, 49, 0

RGB : 50, 170, 157

Web : #32aa9d



Pantone 534C

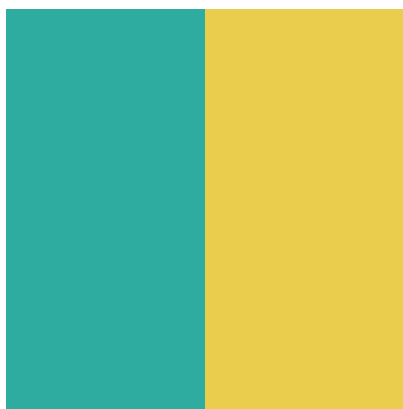
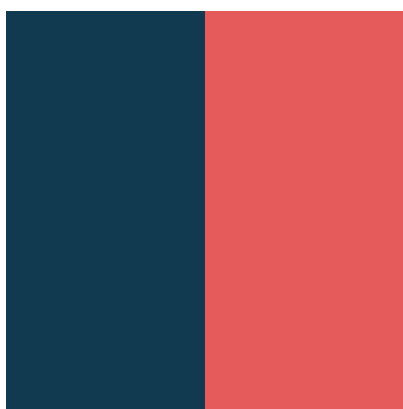
CMYK : 95, 70, 45, 40

RGB : 38, 61, 80

Web : #263D50

Associations

Ormis pour les jeux de formes géométriques, l'association des couleurs principales doit rester simple. Privilégier les associations de deux couleurs seulement est impératif afin de garder un design harmonieux. Pour ajouter une 3^e couleur, envisagez l'une des couleurs secondaires de la page suivante.

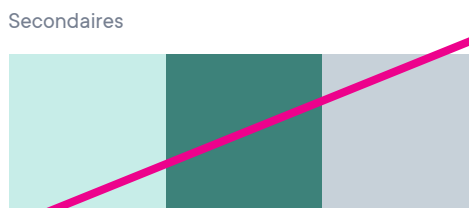
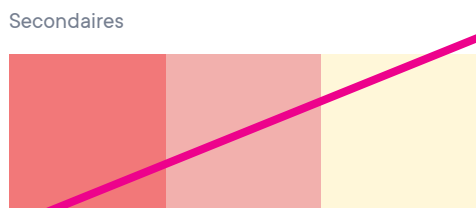
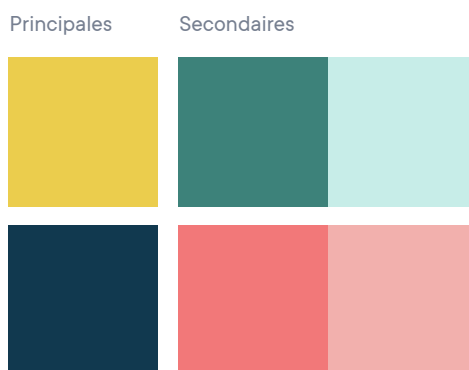
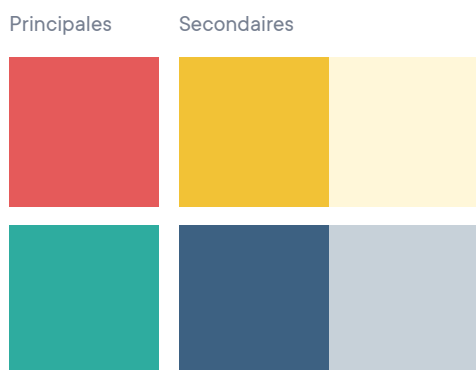
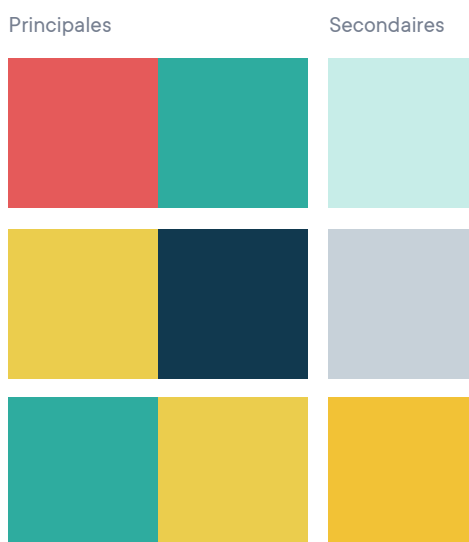


Couleurs

Couleurs secondaires

Selon le principe du contraste de qualité, 2 nuances ont été développées pour chaque couleur principale. Cela donne lieu à un éventail de couleurs plus étendu, tout en conservant une familiarité avec la famille de couleurs de base. Les 8 couleurs ainsi créées permettent une plus grande flexibilité dans le design.

Attention de ne pas utiliser exclusivement des couleurs secondaires lors des associations.



CMYK : 0, 15, 90, 0 RGB : 246, 212, 69 Web : #F6D445

CMYK : 0, 2, 16, 0 RGB : 254, 247, 218 Web : #FEF7DA

CMYK : 1, 37, 100, 0 RGB : 229, 169, 49 Web : #E5A931

CMYK : 0, 80, 58, 0 RGB : 229, 90, 90 Web : #E55A5A

CMYK : 0, 38, 20, 0 RGB : 229, 173, 173 Web : #E5ADAD

CMYK : 0, 66, 42, 0 RGB : 216, 121, 121 Web : #D87979

CMYK : 95, 0, 49, 0 RGB : 50, 170, 157 Web : #32aa9d

CMYK : 92, 27, 56, 7 RGB : 61, 131, 123 Web : #3D837B

CMYK : 26, 0, 11, 0 RGB : 198, 226, 226 Web : #C6E2E2

CMYK : 95, 70, 45, 40 RGB : 38, 61, 80 Web : #263D50

CMYK : 90, 58, 30, 9 RGB : 62, 98, 130 Web : #3E6282

CMYK : 22, 10, 9, 0 RGB : 200, 210, 218 Web : #C8D2DA

Applications de la marque

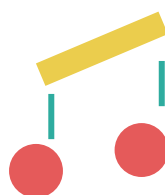
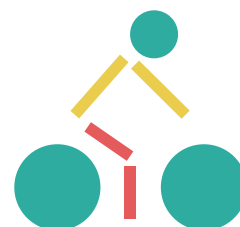
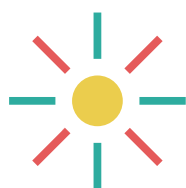
Créez votre Baie-Saint-Paul

Un logo que tous peuvent s'approprier

Si BSP est une terre de tous les possibles, son logo doit lui aussi évoquer la multitude d'opportunités créatives qu'elle offre.

Le logo reflète cette particularité, il peut être modulé d'une infinité de façons, tel les pièces d'un jeu de «Lego».

Privilégiez les couleurs principales pour la création de l'iconographie. Ces exemples sont à titre indicatif afin de montrer l'étendue des possibilités que les formes du logo nous permettent.





**S'appropriation
la marque**



Coffre à outils

Pour que tous les acteurs d'un milieu puissent communiquer d'une seule et même voix, ils doivent parler le même langage. Étant donné la multitude de marques cohabitant à BSP, nous devons développer une marque parapluie qui s'intégrerait naturellement dans l'écosystème déjà en place de la ville.

Un coffre à outil a été développé pour s'assurer du bon déploiement de la marque. Voici quelques exemples de l'utilisation des éléments graphiques lorsque la marque BSP cohabite avec un partenaire.



18-21 JUILLET 2019

(SiriusXM)

LE FESTIF!

DE BAIE-SAINT-PAUL

GOGOL BORDELLO CHROME0 LES TROIS ACCORDS MARJO VULGAIRES MACHINS

DEAD OBIES FOUKI SAFIA NOLIN ARIANE MOFFATT
LUC DE LAROCHELLIÈRE LES HÔTESSES D'HILAIRE (OPÉRA ROCK)
ALEXANDRA STRELJSKI DUMAS DAMIEN ROBITAILLE
QUEBEC REDNECK BLUEGRASS PROJECT LES LOUANGES
GRIMSKUNK ANONYMUS STEPHANIE BOULAY
LYDIA KEPINSKI VILAIN PINGOUIN QUALITÉ MOTEL ET INVITÉS
ZACH ZOYA ROBERT NELSON TIRE LE COYOTE

QUANTANAMO DAYWATCH KANDIE EMILIE KAHN LA PATÈRE ROSE BEARS OF LEGEND
JESSE MAC CORNACK EMILIE CLEPPER BLOODSHOT BILL & THE TELEVISIONARIES
LAURENCE ANNE JÉRÔME GO CARAVANE THE BROOKS MAYA ALI BLEU JEANS BLEU
SARAHNÉE IMRHAAN TEXE TEXE HEARTSTREETS CHOSSES SAUVAGES PRIEUN & LANDRY
SABA DUFFOUR PALE LIPS ALEX BURGER FANFABE GIPSY PIGS

ALWAYS DRINKING MARCHING BAND JOHN BROTHERS PIANO COMPANY HOBBO ÉTIENNE FLETCHER
MELANIE VEROTTI SARAMEAPE CRAIG ANNE SAMA COMMENT BEBORD O LEBNARDIO CHUCRODILLYMAN
THE CASTAGNES P'TIT BELLIVEAU ET LES GROSSISS COQUES FEL NAT GEORGES OUEL CRAZY BONES
CARACTÈRE GRAS THE MIRADOR PROJECT SONS OF ARRANOS DAVID ET LES PLAYBOYS LES FRÈRES BAZAR
THROW 2 CATCH JERRY ET SHANTALL SPECTACLE DE LA RELÈVE CHARLEVOISIENNE
ELLIOTT SIBOIS & KEVIN CÔTÉ CLOWN M. SIMON

#JAIHATEAUFESTIF

10^h 21^h

LEFESTIF.CA

BSP Ville de Baie-Saint-Paul

MARCHÉ DE Noël

DE BAIE-SAINT-PAUL

29, 30 NOV. et 1^{er} DÉC.
6, 7, 8 DÉC. 2019

Presenté par BSP Ville de Baie-Saint-Paul

ACCÈS GRATUIT
AU MACBSP DU
17 AU 21 MAI

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN
DE BAIE-SAINT-PAUL

Le Musée en fête!

UNE PLÉIADE D'ACTIVITÉS OFFERTES GRATUITEMENT POUR TOUTE LA FAMILLE!

BSP Ville de Baie-Saint-Paul

CUISINE CINÉMA & CONFIDENCES

8-9-10
NOVEMBRE
BAIE-SAINT-PAUL 2019

PRÉSIDENTE D'HONNEUR L'HONORABLE LIZA FRULLA
CHEF INVITÉ D'HONNEUR EDOUARD LOUBET — PORTE-PAROLE CHRISTIAN BÉGIN
CHEFS INVITÉS HUGUES DUFOUR - PHILIPPE PETRAZZINI - GUILLAUME SAINT-PIERRE
PIERRE-OLIVIER FERRY - NANCY SAMSON - BAPTISTE PEUPION

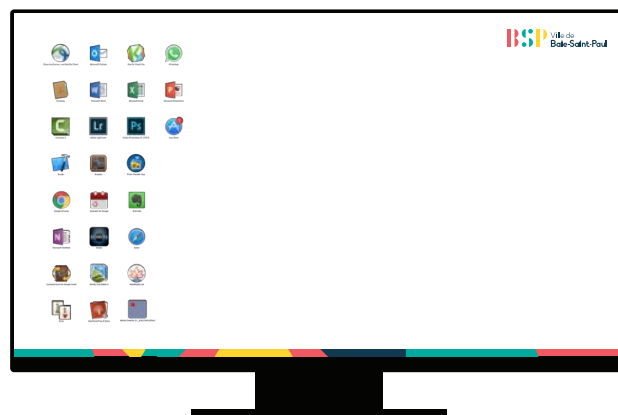
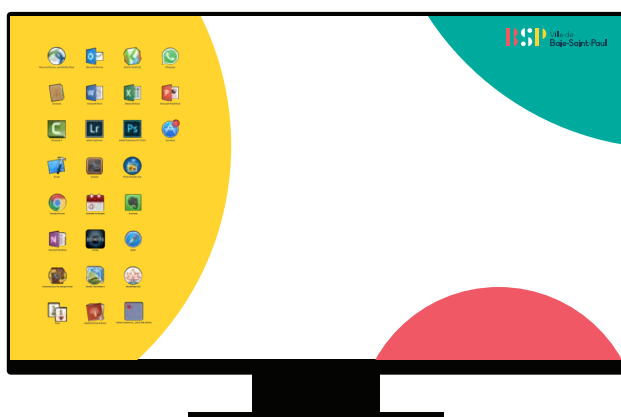
INFORMATION & RÉSERVATION 581.237.4000 — BILLETJEU CUISINE-CINÉMA-ET-CONFIDENCES.COM - LEPOINTVENTE.COM

BSP Ville de Baie-Saint-Paul

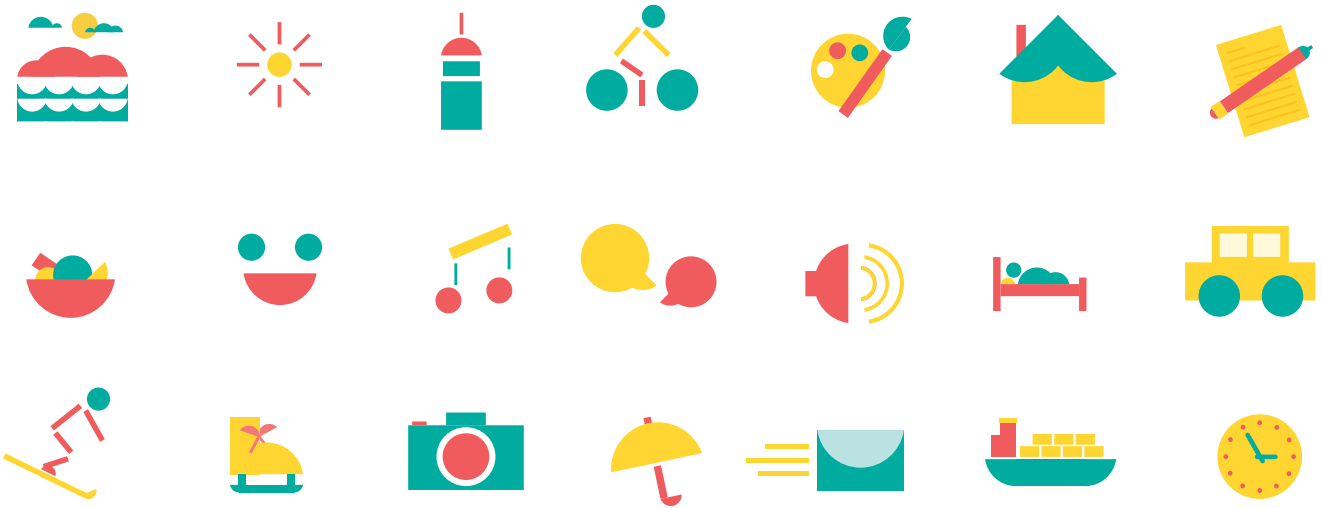
Lorem ipsum

Voici d'autres éléments tiré du coffre à outils.

Fonds d'écrans



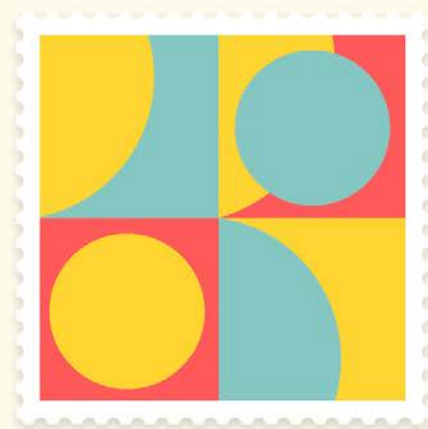
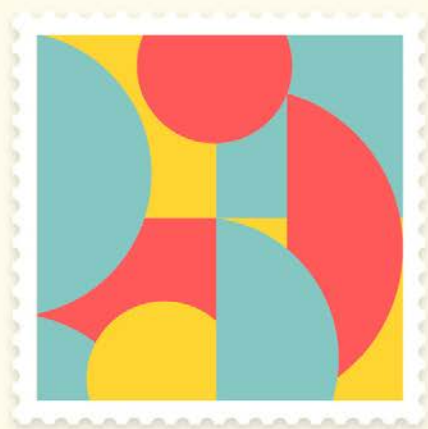
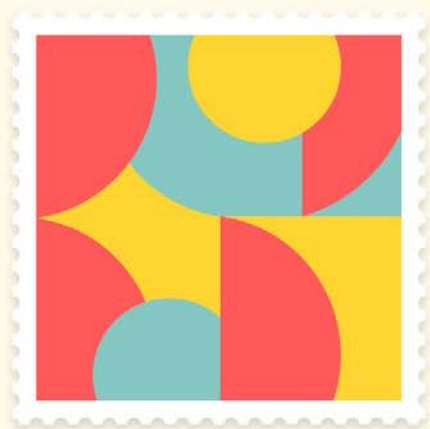
Iconographies



Illustration



Exemples d'applications de la marque



Lundi 27
Juillet 2020
Baie-Saint-Paul

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugiat nulla facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugiat nulla facilisis.

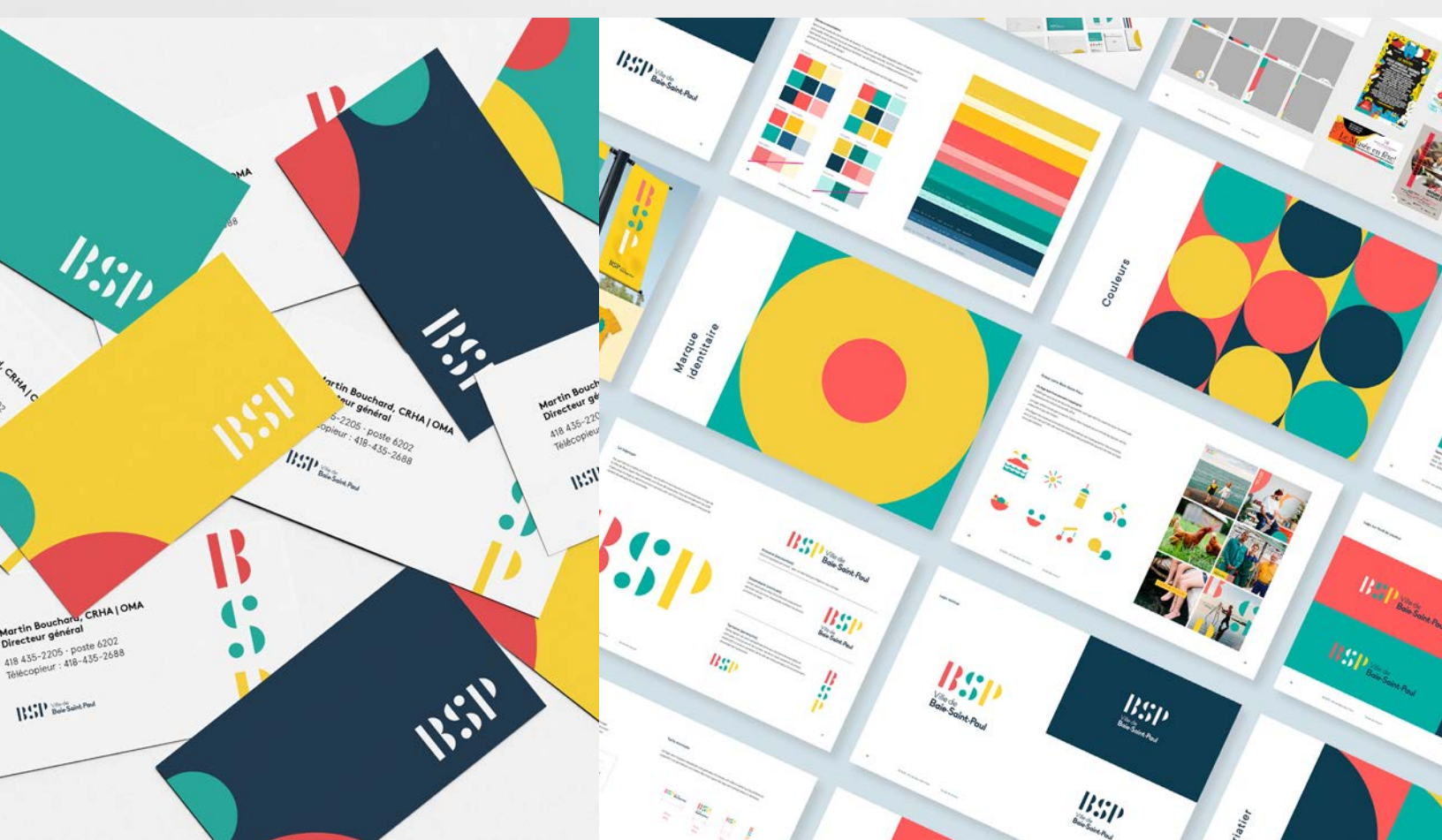
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

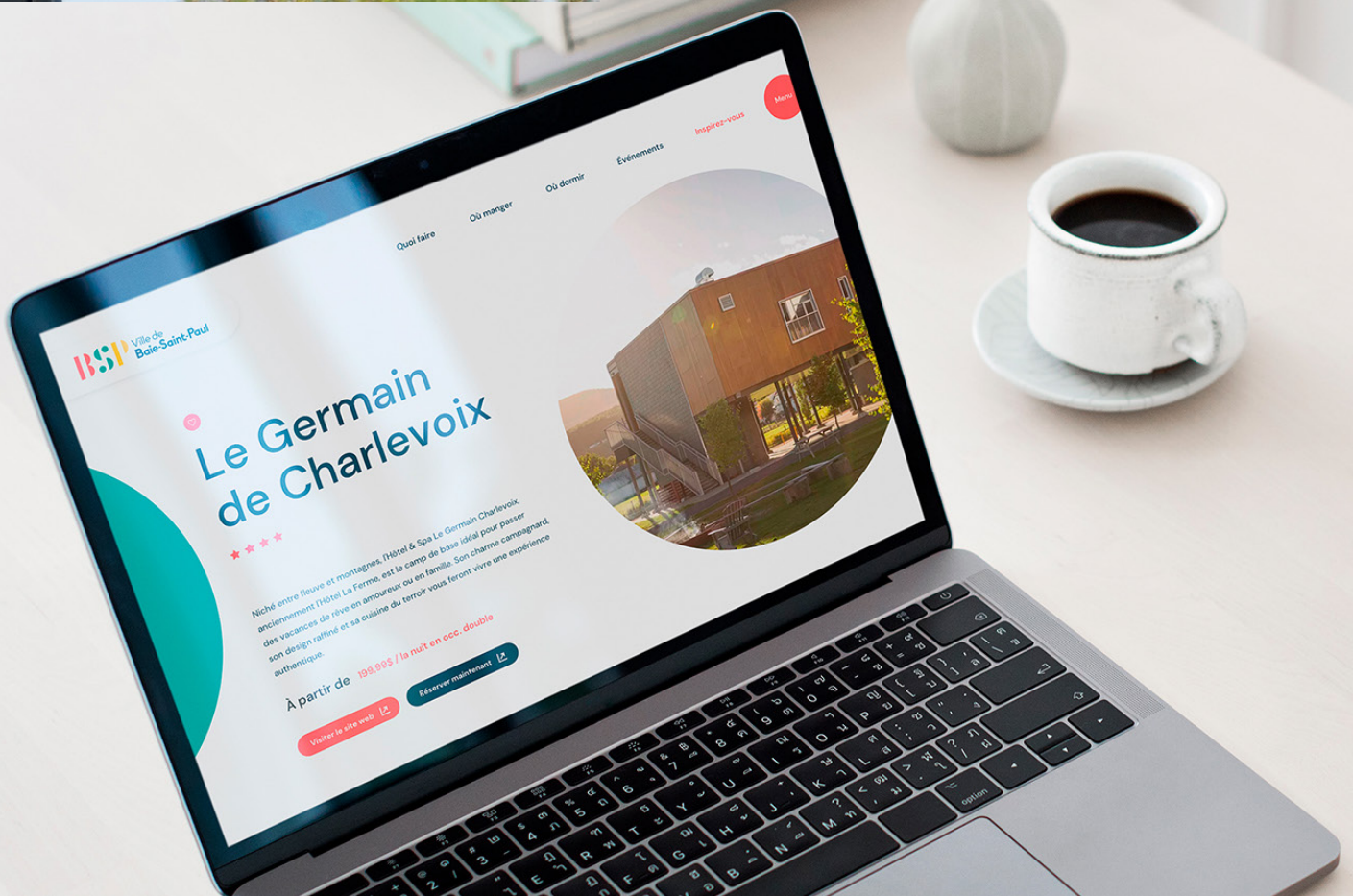

Martin Bouchard
Dirigeant




Jean Fortin
Maire











Gabarits

Identification des secteurs



Logo avec mention UNESCO

Version avec logo



Version sans logo

Réserve de la biosphère
de Charlevoix

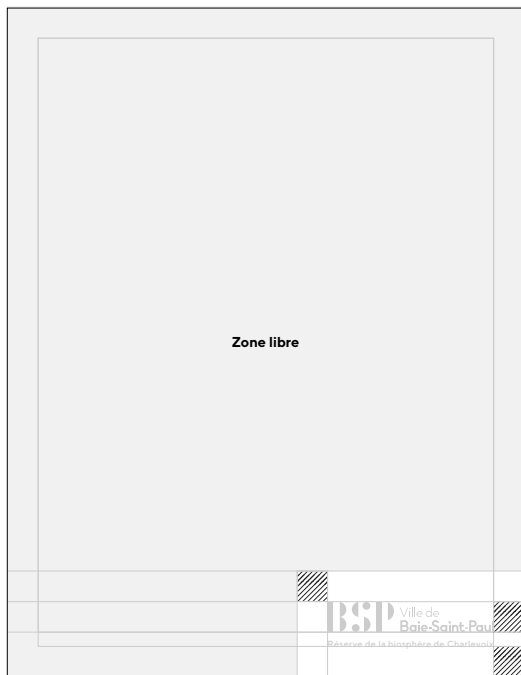
Gabarit de couverture

Page couverture + logo avec description

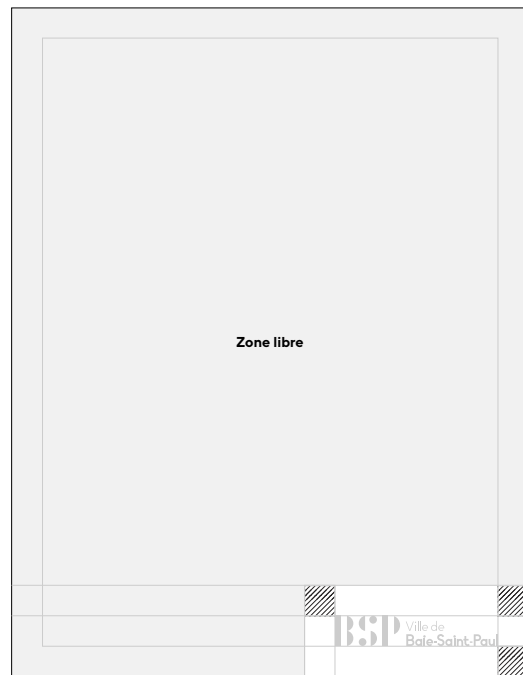
Marge : 0,5 pouces
Hauteur du logo sans inscription: 0,5 pouces
Dégagement autour du logo : 0,5 pouces

Titre : TT Norms bold 60 pts.

8,5 x 11



8,5 x 11



11 x 8,5



11 x 8,5



8,5 x 11



11 x 8,5



Gabarit de couverture en noir et blanc

8,5x11



Publication noir et blanc

Marge : 0,375 pouces
Hauteur du logo : 0,5 pouces
Hauteur de la bordure : 0,375 / 3

Titre : TT Norms bold 60 pts.

11x8,5



Gabarit des pièces de communication

8,5 x 11



Lorsque le plus petit des côtés mesure plus de 7 pouces

Marge : 0,5 po

Goutières : 0,125 po

Colonnes : 6

Hauteur du logo : 0,5 po

Hauteur de la bordure colorée : marge / 4

Zone libre : 60% de la hauteur ou de largeur

Titre : TT Norms bold 60 pts.

Texte : TT Norms regular 9 pts.

11 x 8,5



3,5 x 11

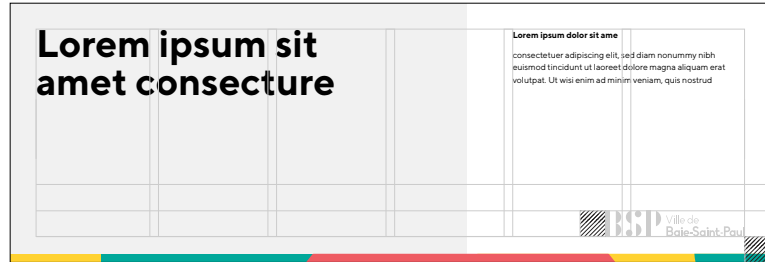


Lorsque le plus petit des côtés mesure moins de 7 pouces

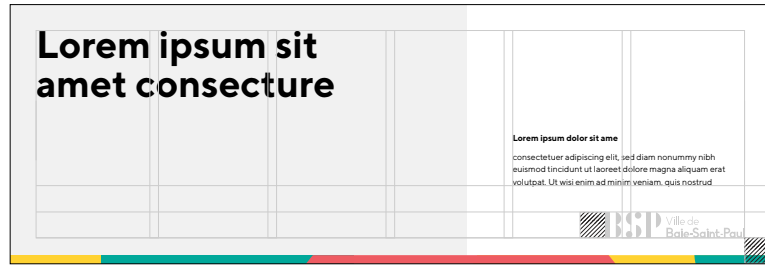
Marge : 0,375 pouces
 Goutière : 0,125
 Colonnes : 3
 Hauteur du logo : 0,375 pouces
 Hauteur de la bordure : 0,375 / 3

Zone libre : 60% de la hauteur ou de largeur
 Titre : TT Norms bold 40 pts.
 Texte : TT Norms regular 9 pts.

11 x 3,5



11 x 3,5



8,5 x 11



8,5 x 11

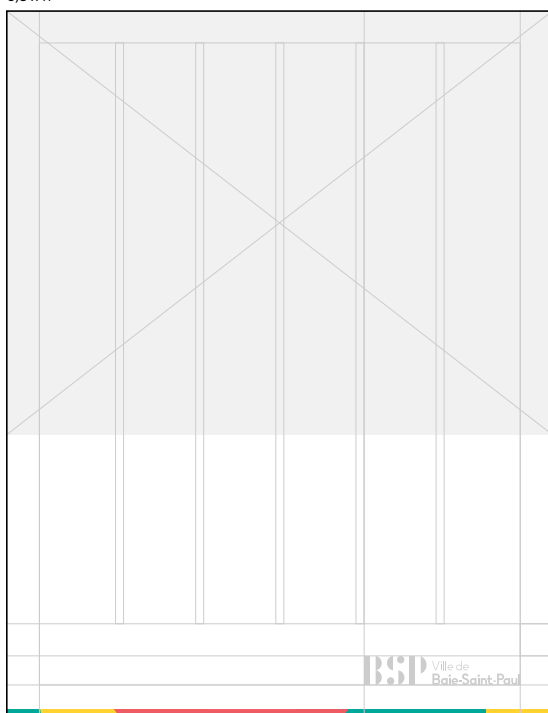


8,5 x 11

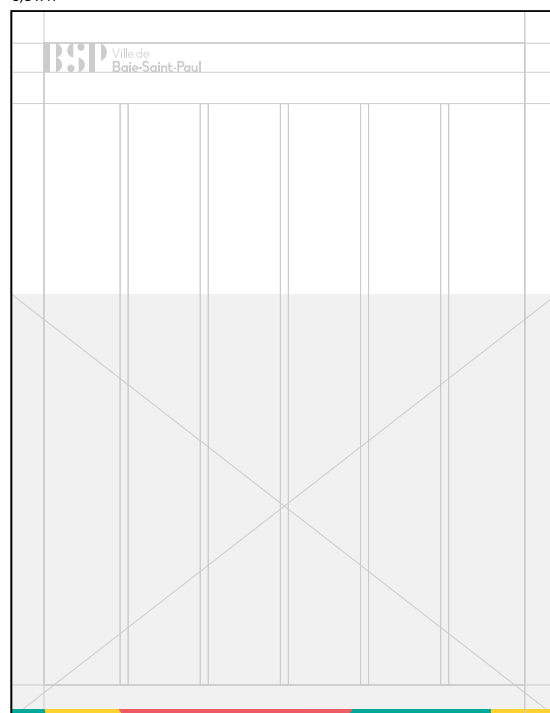


Positionnement du logo

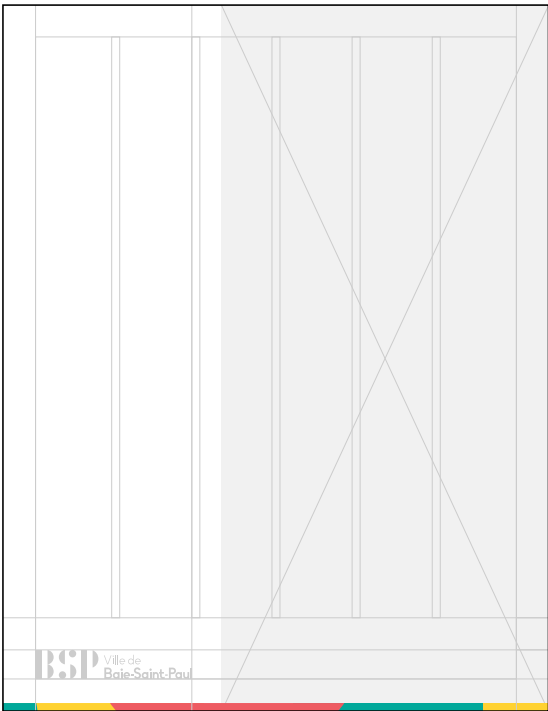
8,5x11



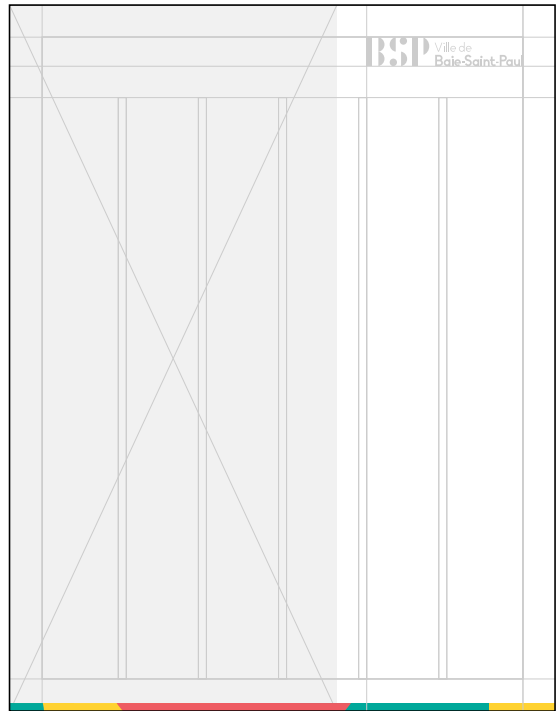
8,5x11



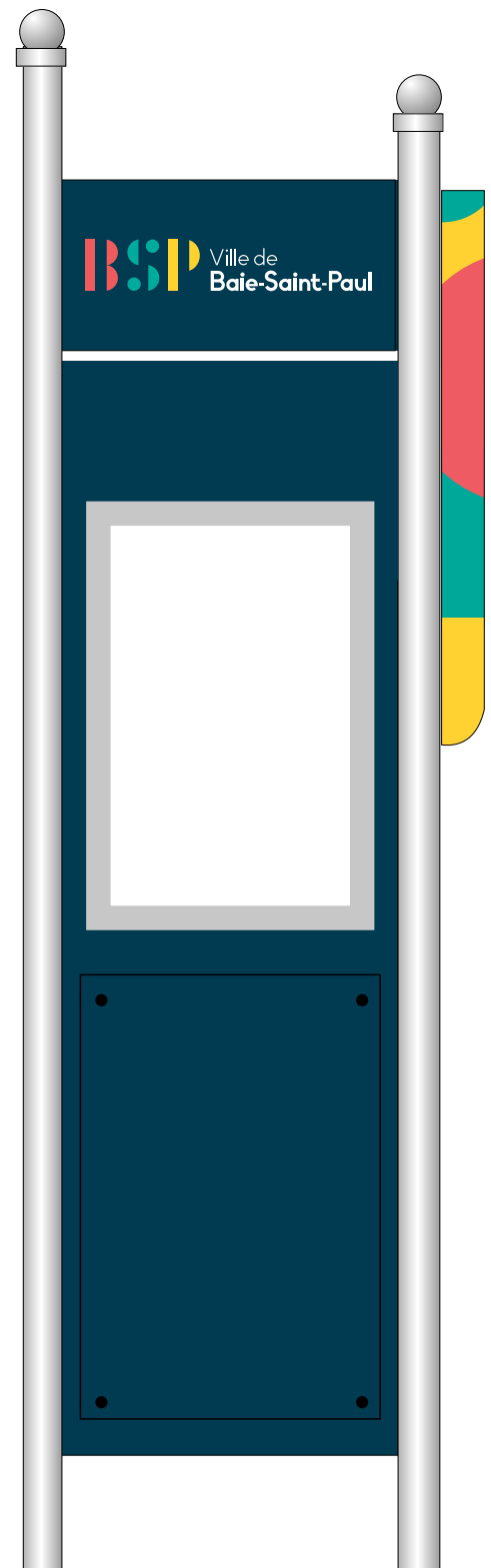
8,5 x 11



8,5 x 11







Logos complémentaires

	Carrefour Culturel Paul-Médéric	Y
X		
X		
X	BSP Ville de Baie-Saint-Paul	Y

L'INFORMATEUR
Journal municipal de Baie-Saint-Paul



Références & questions

Pour toutes questions liées à ce document ou au compte de la Ville de Baie-Saint-Paul, veuillez vous adresser directement à l'agence en charge du projet, à savoir Oasis Communication-Marketing ou à la directrice du compte, Claudia McNicoll.

Claudia McNicoll.

Directrice de compte / Oasis Communication-Marketing
c.mnicoll@oasiscommunication.ca
(418) 635-1333, poste #2

Vincent Pelletier

Directeur artistique / Oasis Communication-Marketing
v.pelletier@oasiscommunication.ca
(581) 997-2540

