



mrc

La Haute  
Yamaska

Prospère de nature



GUIDE DE NORMES



# Table des matières

Présentation et stratégie de la marque	3
Identité visuelle	6
Directives de communications	16
Univers photographique	18
Exemples d'application	22

1

# Présentation et *stratégie de la marque*





## Les avantages de la ville, en pleine nature

À l'entrée de la magnifique région des Cantons-de-l'Est, la MRC de La Haute-Yamaska est idéalement située à moins d'une heure de Montréal, Sherbrooke, Drummondville et de la frontière des États-Unis. De Granby en passant par Roxton Pond, Saint-Alphonse-de-Granby, Sainte-Cécile-de-Milton, Saint-Joachim-de-Shefford, Shefford, Warden et Waterloo, le territoire regorge d'attrait naturels et touristiques à découvrir pour un mode de vie énergisant.

Nous jouissons d'un territoire verdoyant, sillonné par de riches plans d'eau et à arpenter à coups de pédale. La MRC, par sa nature, a pour mission de réunir ses huit municipalités locales à une même table pour prendre des décisions qui touchent tout le monde.

La plateforme graphique de la MRC souligne ce cadre inclusif et propre au territoire de La Haute-Yamaska.



2

Identité  
*visuelle*



## Logo principal

Nous avons actualisé notre logo principal pour moderniser son image et en faciliter l'utilisation.

Les modifications incluent un arrondi du symbole pour le dynamiser, un espacement de la goutte de droite, et la simplification des polices de caractère.



# Déclinaisons

Bien que la version principale du logo soit à privilégier, d'autres déclinaisons existent pour s'adapter à divers contextes.

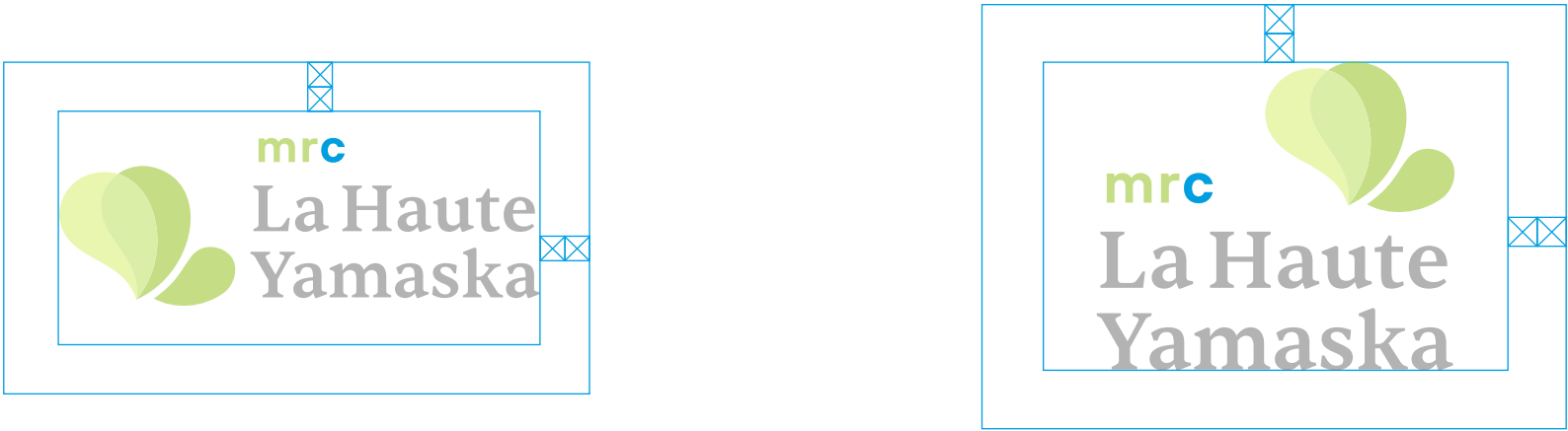
Par exemple, une version compacte peut être utilisée lorsque l'espace est limité. De plus, la version avec le slogan est employée lorsque celui-ci n'apparaît pas ailleurs dans le visuel. Des versions monochromes du logo sont également disponibles.



# Zone de protection et taille minimale


Pour préserver l'espace vital des logos, le dégagement autour de ceux-ci doit correspondre à deux fois la taille du «C» de «MRC».

De plus, afin d'assurer leur lisibilité, il est essentiel de respecter les tailles minimales indiquées ci-dessous.



0,3605 po [  ]

0,25 po [  ]

0,1875 po [  ]

0,5 po [  ]



## Application sur fonds

Le logo officiel en version monochrome doit être utilisé sur des fonds qui offrent un bon contraste.

Pour les versions du logo en couleurs, il faut également s'assurer que le contraste est suffisant. Voici quelques possibilités.



## Version noire

Lorsque l'utilisation de couleurs est impossible, la version noire est à utiliser.



# Interdits

Toute utilisation qui nuit à la lisibilité du logo est évidemment interdite. Il est donc essentiel de ne pas altérer, déformer ou dénaturer le logo, et de ne pas y ajouter des éléments ou des effets.

Modifier les couleurs



Ajouter ou retirer des éléments



Changer les proportions ou les déformer



Changer la police de caractère



Ajouter des effets



# Polices de caractères

L’utilisation de la police Neurial Grotesk dans tous les textes courants et titres assure uniformité et simplicité.

Les polices Sentient et Barlow Condensed viennent en soutien, ajoutant un intérêt visuel et de la texture.

## Titres et textes courants

Les graisses à privilégier sont le Regular ou le Medium. Il est également recommandé d'utiliser des textes en minuscules.

Aa

Neurial Grotesk\*

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam auctor, magna non dictum sollicitudin, sapien est accumsan init ipsum, vel ornare lacus leo vitae nunc. Proin leo condimentum, rhoncus felis eget, varius velit. Aliquam erat volutpat. Ant acepudi ut rectem con nobitatem hiliqui quas reptas sitCese lam es dolorepe nim eatibus aut re nustem quide.

## Exergue

Il est important d'ajuster la taille de l'italique pour qu'elle soit proportionnelle à la taille des lettres de Neurial Grotesk.

Aa

Sentient\*

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam auctor, magna non dictum sollicitudin, sapien est accumsan init ipsum, vel ornare lacus leo vitae nunc. Proin leo condimentum, rhoncus felis eget, varius velit. Aliquam erat volutpat.*  
*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.*

## \*Polices alternatives

Lorsqu’il n’est pas possible d’utiliser nos polices choisie, on remplace par celles-ci :

**Rethink Sans :** En remplacement de Neurial Grotesk

**Source Serif 4 :** En remplacement de Sentient

## Chiffres et texte texture

À utiliser avec parcimonie et toujours en majuscule.

123

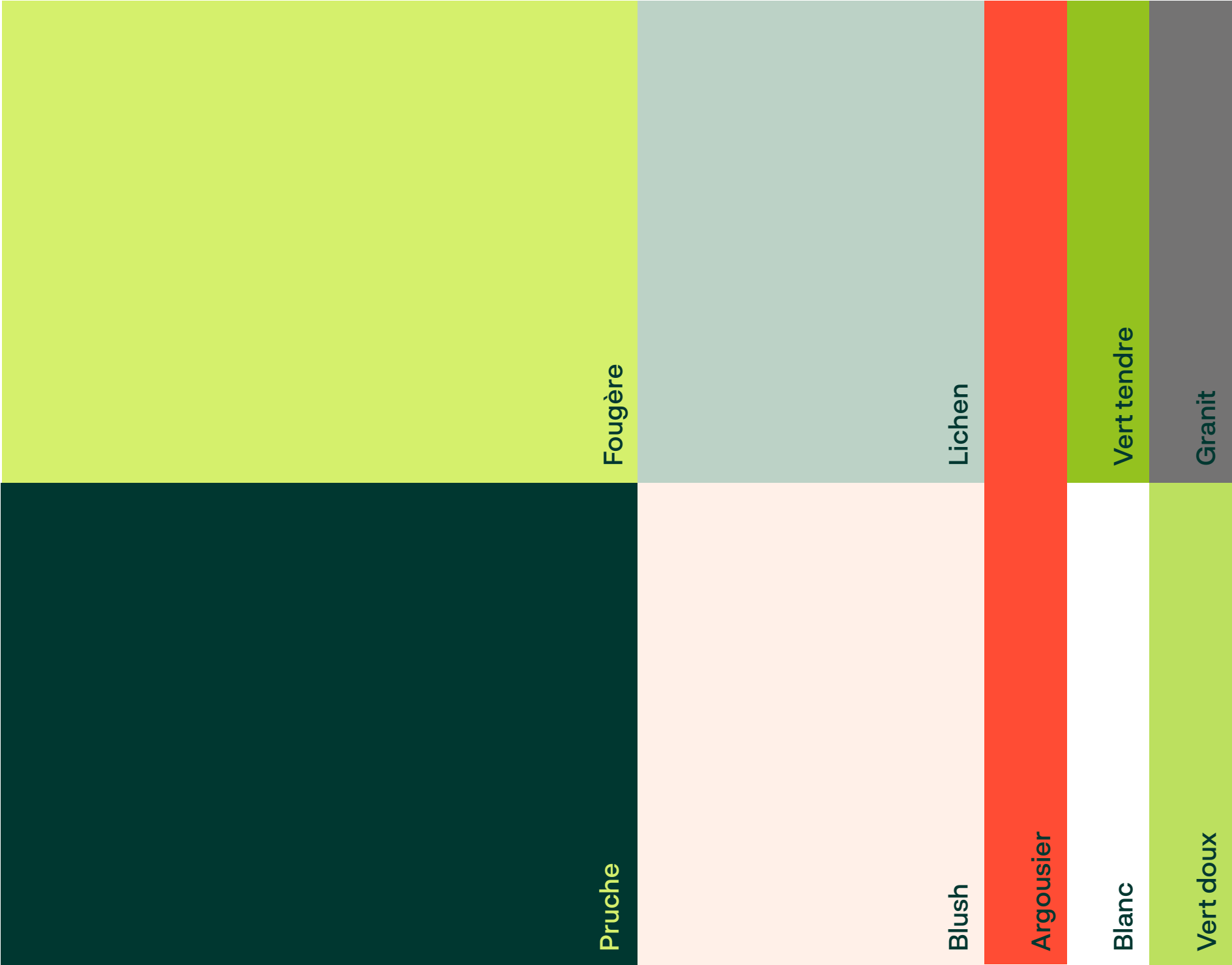
BARLOW CONDENSED

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. ALIQUAM AUCTOR, MAGNA NONDICTUM SOLLICITUDIN, SAPIEN EST ACCUMSAN INIT IPSUM, VEL ORNARE LACUS LEO VITAE NUNC. PROIN LEO CONDIMENTUM, RHONCUS FELIS EGET, VARIUS VELIT. ALIQUAM ERAT VOLUTPAT. QUISQUE VEHICULAM VULPUTATE LAOREET. LOREM IPSUM ADIPIIS ELIT FUSCE.**

# Palette de couleurs

Une palette de couleurs restreinte permet d’assurer une plateforme graphique stable et une identité visuelle plus forte.

Les couleurs sont ici placées en proportion de leur utilisation dans nos différentes communications.

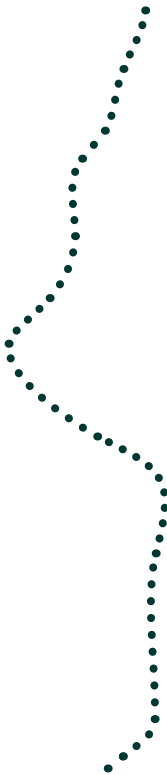
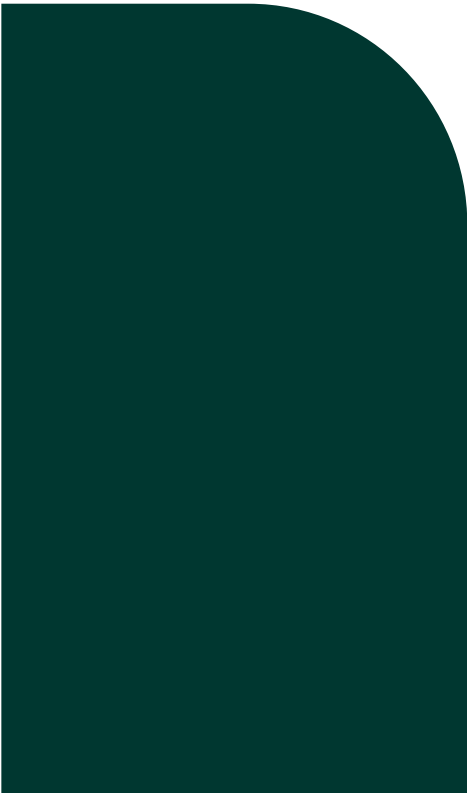
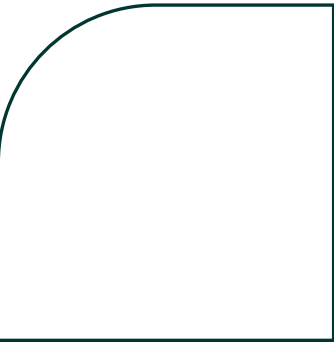




# Palette de couleurs

<div><div>FOUGÈRE</div><div>PANTONE COATED : 373 C PANTONE UNCOATED : 372 U CMJN : 21 - 0 - 52 - 0 RVB : 213 - 240 - 108 Web : #d5f06c</div></div>	<div><div>LICHEN</div><div>PANTONE COATED : 622 C PANTONE UNCOATED : 621 U CMJN : 31 - 8 - 25 - 0 RVB : 188 - 210 - 198 Web : #bcd2c6</div></div>	<div><div>ARGOUSIER</div><div>PANTONE COATED : Warm Red C PANTONE UNCOATED : Warm Red U CMJN : 0 - 80 - 75 - 0 RVB : 255 - 76 - 52 Web : #ff4c34</div></div>	<div><div>GRANIT</div><div>PANTONE COATED : 424 C PANTONE UNCOATED : 0 U CMJN : 3 - 3 - 5 - 67 RVB : 116 - 115 - 115 Web : #747373</div></div>	<div><div>BLANC</div><div>Web : #FFFFFF</div></div>
<div><div>PRUCHE</div><div>PANTONE COATED : 627 C PANTONE UNCOATED : 627 U CMJN : 92 - 48 - 67 - 64 RVB : 0 - 55 - 48 Web : #003730</div></div>	<div><div>BLUSH</div><div>PANTONE COATED : 489 C Teinte 30% PANTONE UNCOATED : 489 U Teinte 30% CMJN : 0 - 8 - 9 - 0 RVB : 255 - 240 - 232 Web : #fff0e8</div></div>	<div><div>VERT TENDRE</div><div>PANTONE COATED : 368 C PANTONE UNCOATED : 367 U CMJN : 55 - 0 - 98 - 0 RVB : 148 - 194 - 31 Web : #94c21f</div></div>	<div><div>VERT DOUX</div><div>PANTONE COATED : 366 C PANTONE UNCOATED : 365 U CMJN : 35 - 0 - 73 - 0 RVB : 188 - 224 - 95 Web : #bce05f</div></div>	

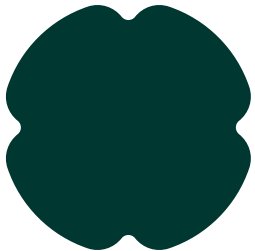
# Éléments graphiques complémentaires



Témoignage



Consultation  
Sondage



Défi



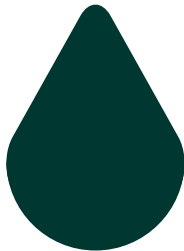
Marche



Appel citoyen



Bac



Eau



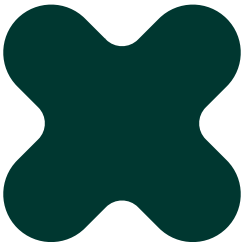
Forêt



Concours



Bonne pratique



Mauvaise pratique

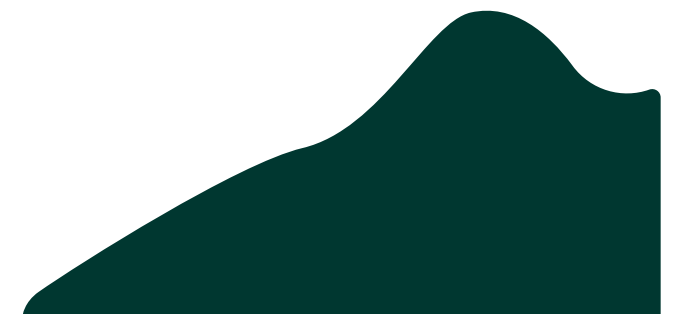


Fleur

## Éléments graphiques complémentaires

Plusieurs formes organiques sont disponibles pour agrémenter nos visuels et il est possible d'en créer d'autres au besoin.

Afin de bien utiliser ces formes, il est important de les laisser respirer! Lorsqu'elles sont superposées sur des images, assurez-vous de conserver un cadre tout autour pour ne pas étouffer le visuel (voir exemple d'applications, p.28).



3

Directives de  
*communications*







La MRC s'assure de communiquer de façon vulgarisée et adéquate avec sa population, en employant un ton adapté à chacun de ses médiums de communication.

- **Sur le Web**, elle emploie un ton informatif et neutre, accessible et vulgarisé. Elle communique de façon inclusive et épicène et s'adresse au « nous » et au « vous ».
- **Sur les médias sociaux plus grand public**, elle emploie un ton informatif et inspirationnel, convivial et de proximité. Elle se veut engageante et mobilisatrice. Toujours de façon épicène, elle parle au « on » et au « vous ».
- **Sur les médias professionnels** (ex. LinkedIn), elle emploie un ton informatif et inspirationnel. Elle parle au « elle (la MRC) » et au « vous ».

4

Univers  
*photographique*



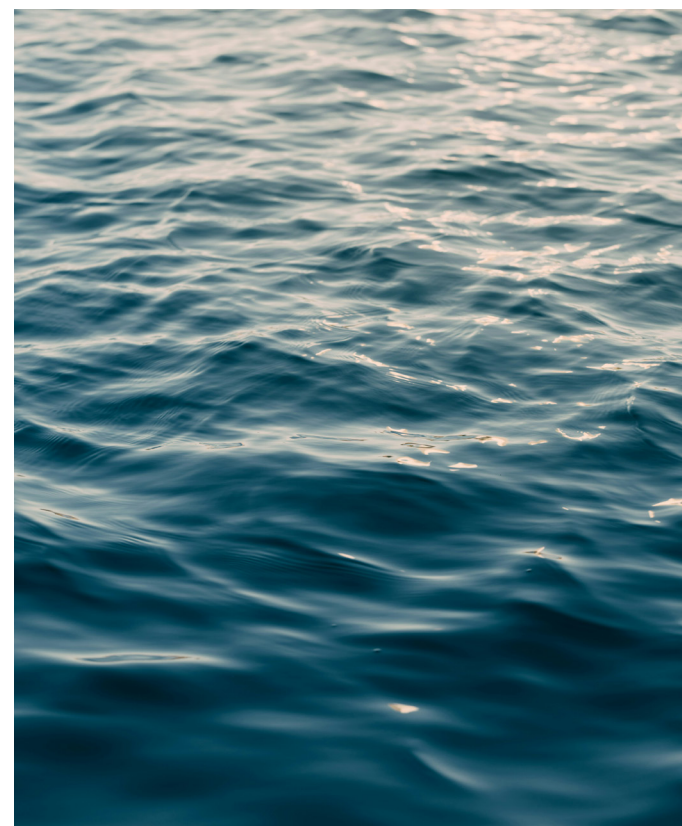
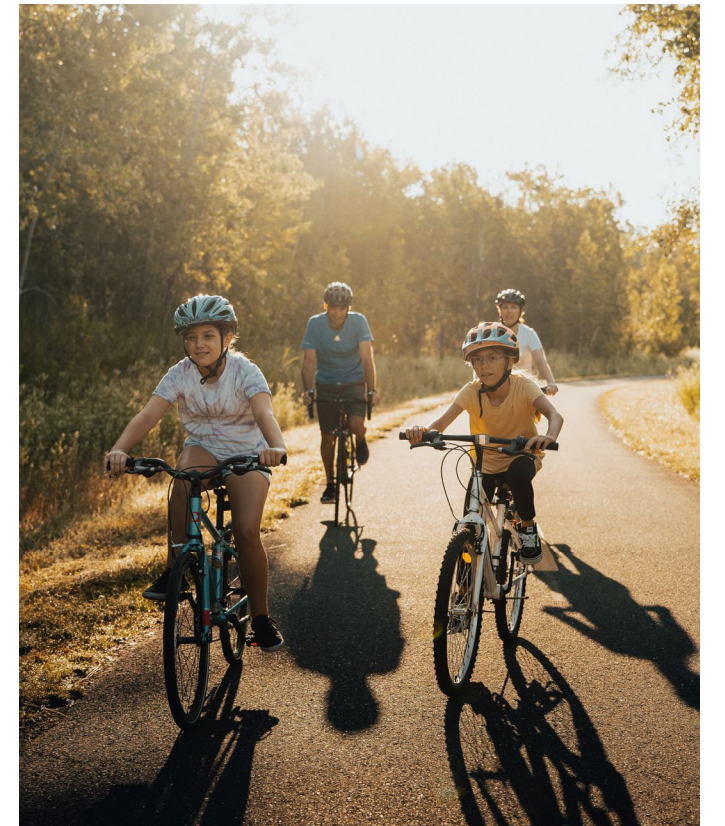
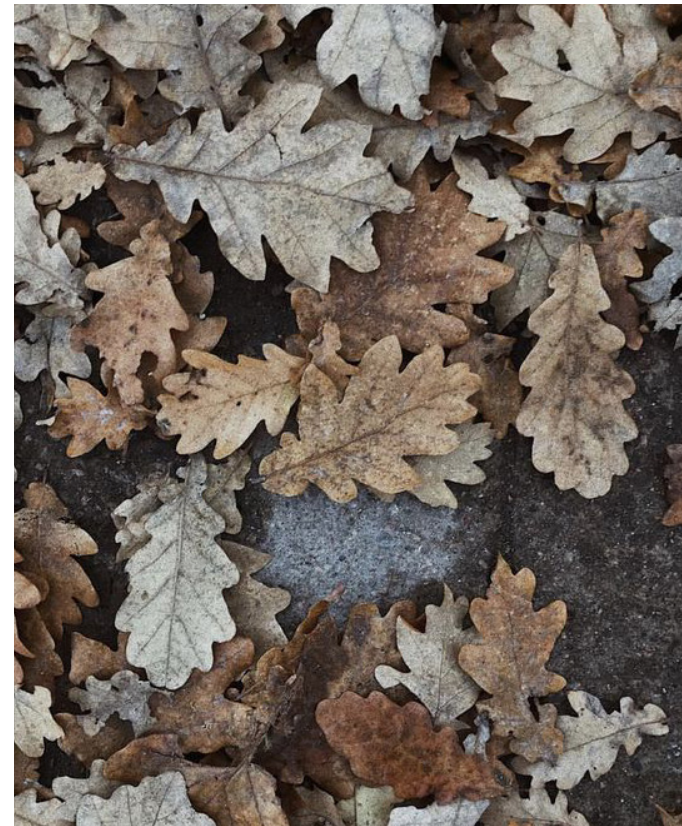


## Choix des images

Dans notre sélection d'images, nous cherchons à refléter l'ambiance de la MRC Haute-Yamaska. Nous privilégions des personnes souriantes et détendues, de beaux paysages et des photos épurées. Nous évitons les sujets trop corporatifs ou les images visuellement chargées.

Certaines photos servent de texture visuelle, sélectionnées pour enrichir les arrière-plans de nos visuels (comme les feuilles et l'eau dans les exemples ci-contre).

Pour s'harmoniser avec nos couleurs corporatives, il est préférable de choisir des images aux teintes chaudes et aux couleurs douces, pas trop de contrastées.





# Calibration des images

Si l'image que l'on souhaite utiliser ne correspond pas aux normes de notre image de marque, il est possible d'apporter quelques corrections colorimétriques pour mieux l'intégrer.



Image originale



Désaturée et température plus chaude



Désaturation, température plus chaude et adoucissement des ombres et des blancs



# Intégration des images à nos visuels

Nous pouvons intégrer les images de différentes manières dans vos visuels.



Image dans une forme arrondi



Image en arrière-plan avec forme de couleur supperposée

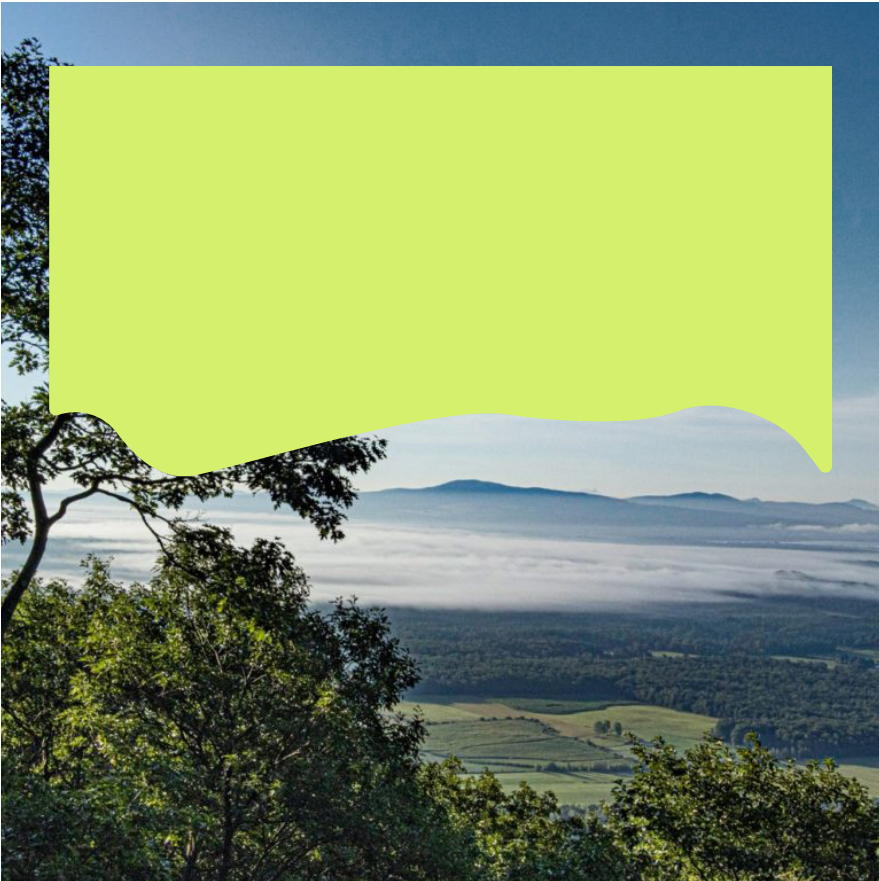


Image en arrière-plan avec une masse de couleur organique superposée

5

Exemples  
*d'application*





Gabrielle Lauzier-Hudon  
Coordonnatrice aux communications

450 378-9975, poste 2276  
GLauzierHudon@haute-yamaska.ca

142, rue Dufferin  
Bureau 100  
Granby QC J2G 4X1 Haute-yamaska.ca



142, rue Dufferin  
Bureau 100  
Granby QC J2G 4X1

142, rue Dufferin  
Bureau 100  
Granby QC J2G 4X1

450 378-9975  
mrc@haute-yamaska.ca  
Haute-yamaska.ca

Prospère  
de nature

Prospère  
de nature





Protéger  
pour en profiter  
longtemps

Plan régional  
des milieux humides  
et hydriques  
Novembre 2024

Protéger  
pour en profiter  
longtemps

Plan régional  
des milieux humides  
et hydriques  
Novembre 2024

Plan régional  
des milieux humides  
et hydriques  
Novembre 2024

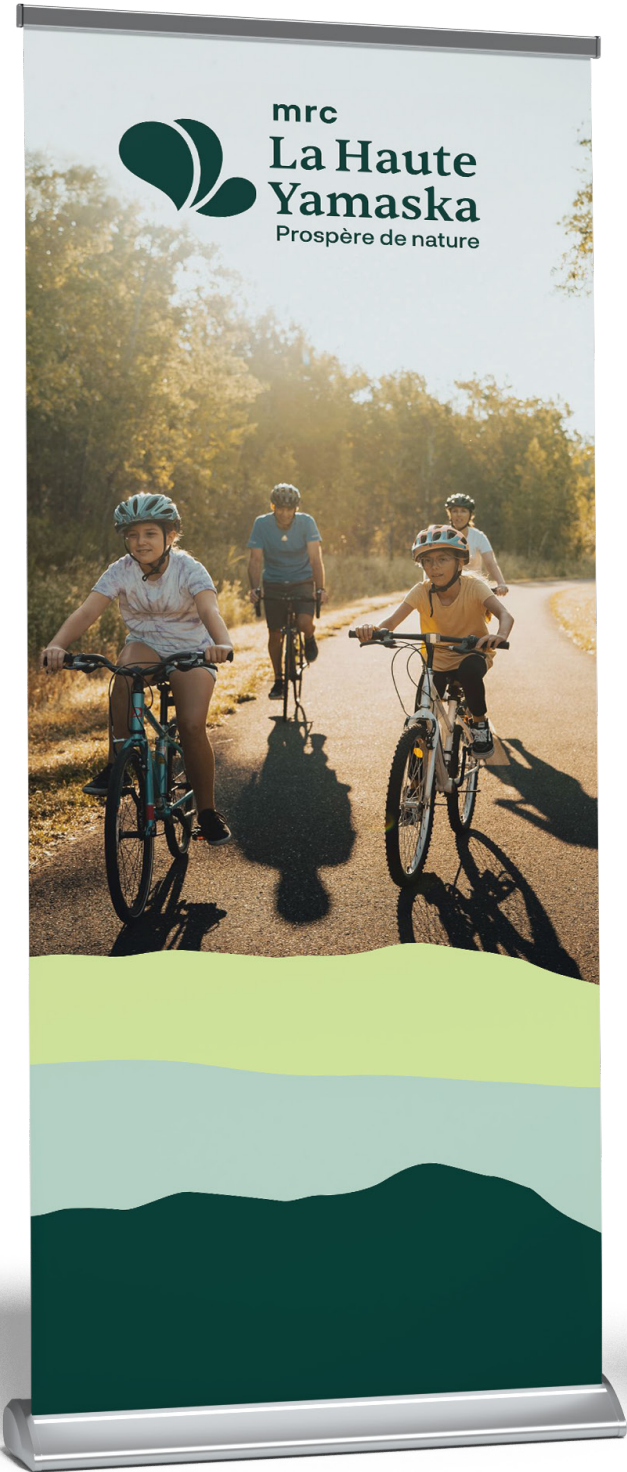
Plan régional  
des milieux humides  
et hydriques  
Novembre 2024

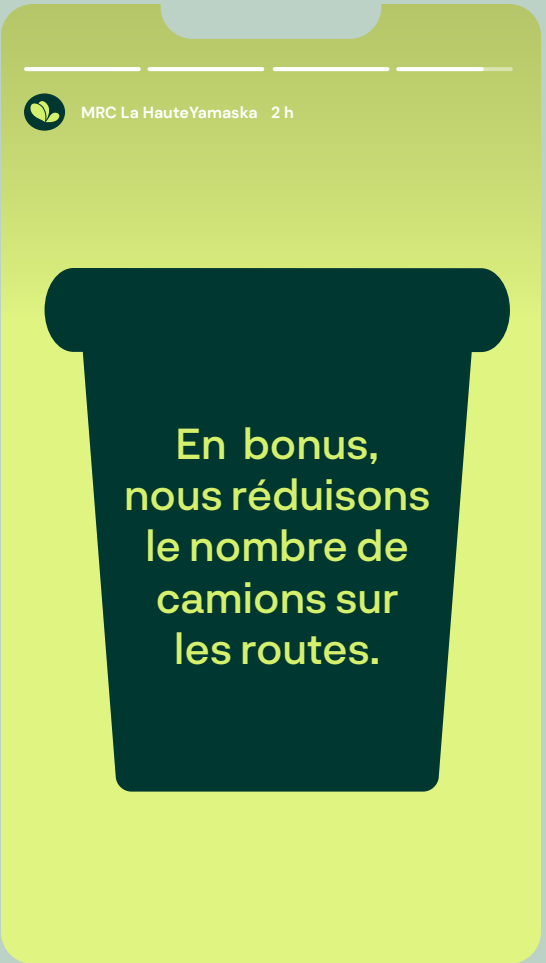
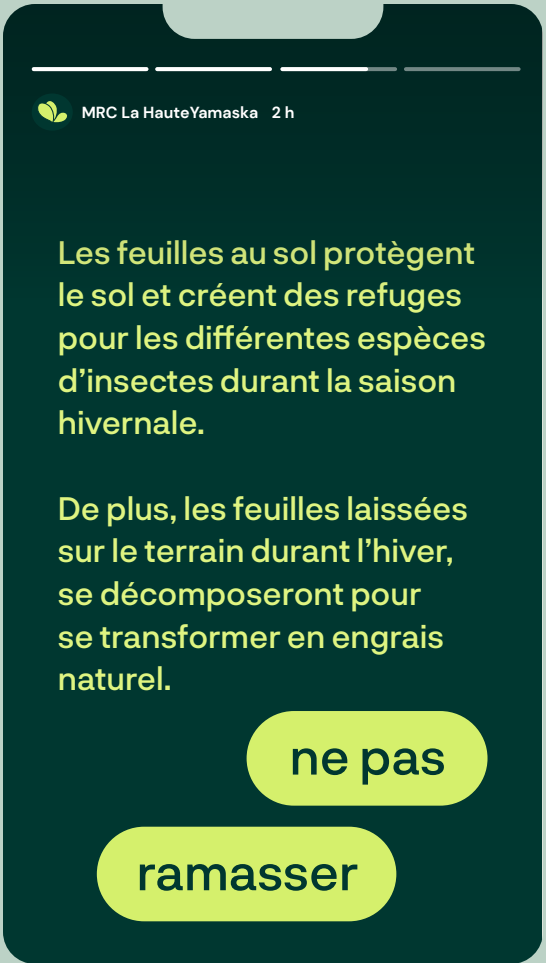
→  
Engagements



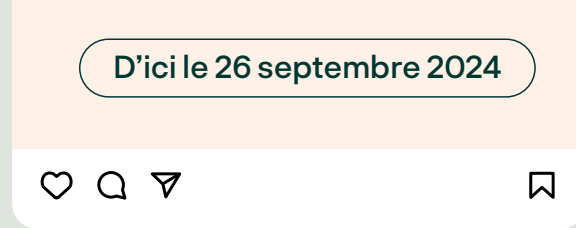
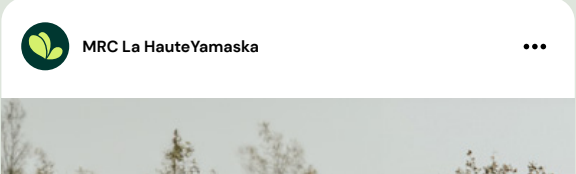
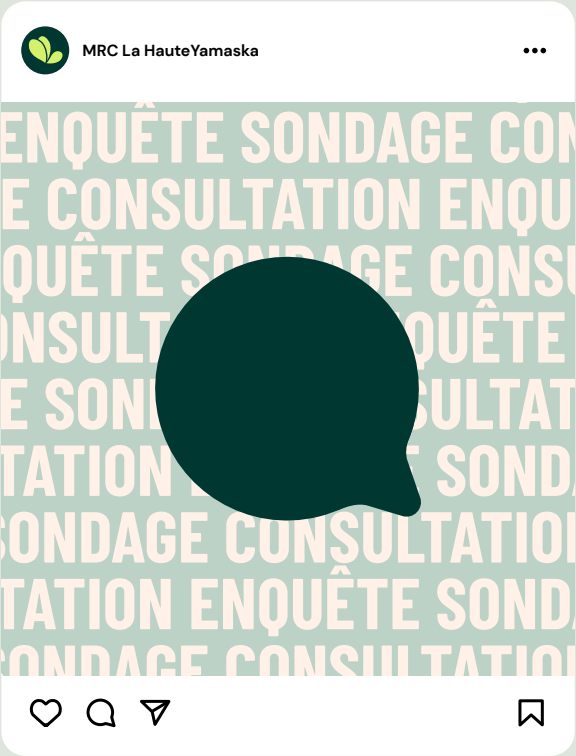
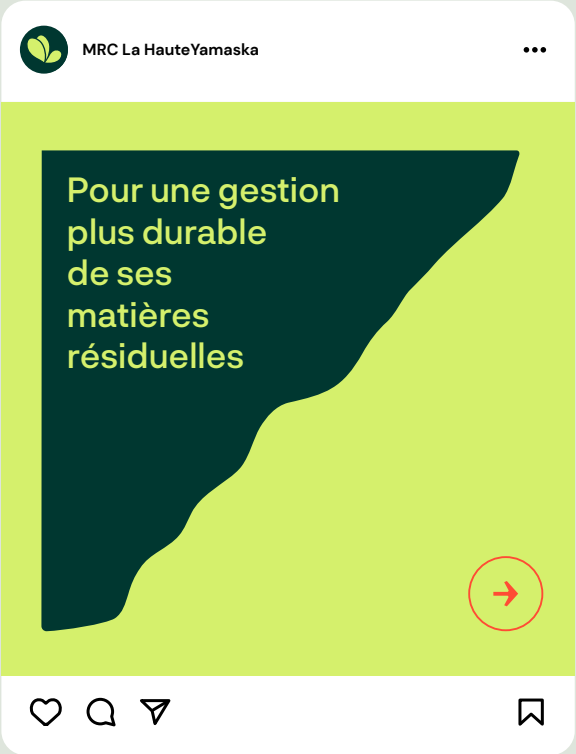
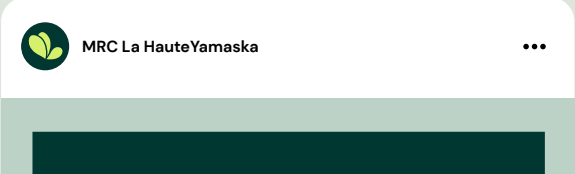
Le contexte	18
Le portrait du territoire	15
Le diagnostic des milieux humides et hydriques	
Les choix et engagements	
La stratégie de conservation	















## Coup d'oeil en *chiffres* sur la Haute-Yamaska

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.



59 603 km



4 233 ha



9999



9999

