

Centraide du Grand Montréal

Lignes directrices sur l'identité de marque

Avril 2021

 Pour toute question, veuillez adresser votre demande à communications@centraide-mtl.org

Disposition verticale fixe : zone de dégagement et taille minimale

Zone de dégagement

Il est important que le logo n'ait pas l'air « coincé » et qu'il soit dégagé. Aussi, faut-il garder un espace libre autour du logo. Rien d'autre (éléments typographiques, images, logos de partenaires, éléments artistiques ou bordures) ne doit figurer dans cette zone de dégagement.

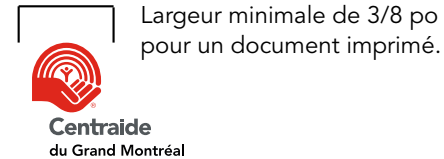
La zone de dégagement équivaut à deux fois le « C » majuscule du logotype. Cette norme s'applique à tous les exemples de disposition verticale.



Zone de dégagement

Taille minimale

Le logo ne peut jamais être inférieur à 3/8 po pour un document imprimé ou à 27 pixels pour un document à l'écran. La norme vaut pour toutes les dispositions verticales de la marque.



Disposition horizontale fixe : zone de dégagement et taille minimale

Zone de dégagement

La zone de dégagement équivaut à deux fois le « C » majuscule du logotype. La norme vaut pour toutes les dispositions horizontales de la marque.



Zone de dégagement

Taille minimale

Le logo ne peut jamais être inférieur à 3/8 po pour un document imprimé ou à 27 pixels pour un document à l'écran. La norme vaut pour toutes les dispositions verticales de la marque.

Largeur minimale de 3/8 po pour un document imprimé.



Largeur minimale de 27 pixels pour un document à l'écran.

Couleurs des éléments de marque

La marque Centraide du Grand Montréal est une marque reconnue à travers le Québec et le Canada. La couleur PMS 485, soit le rouge chaud du logo, et la couleur PMS 425, le gris chaud du logotype, s'harmonisent pour accentuer l'aspect philanthropique de la marque.

De préférence, on doit utiliser dans la mesure du possible la version couleur, impression positive, de la marque. Il ne faut pas modifier ou inverser le rouge et le gris, et l'utilisation uniforme des couleurs est obligatoire pour tous les documents de communication.

La version positive de la marque ne doit être utilisée que sur fond blanc. Si la marque est présentée en mode inversé, faire preuve de jugement pour choisir entre la version couleur et la version au trait. Le rouge doit être clairement et esthétiquement distinct du fond, sinon limitez-vous à la version au trait.

Lorsqu'on ne peut utiliser le système Pantone^{MD} d'assortiment de couleurs, il est possible d'obtenir un effet semblable en ayant recours au procédé de quadrichromie CMYK. Pour obtenir de meilleurs résultats à l'impression, on utilise une trame d'au moins 175 lignes. La reproduction sera alors d'apparence soignée et empêchera le gris d'avoir un aspect tramé.

NOTE :

On utilise le système hexadécimal pour les documents en ligne, RGB pour Microsoft Office, CMYK et PMS (Pantone^{MD}) pour les documents imprimés.

Palette de couleurs primaires



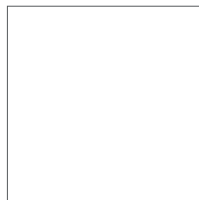
PMS 485
C0 M95 Y100 K0
R218 G41 B28
#DA291C



PMS 425
C0 M0 Y0 K77
R112 G115 B114
#54585A



Noir PMS
C0 M0 Y0 K100
R44 G42 B41
#2C2A29

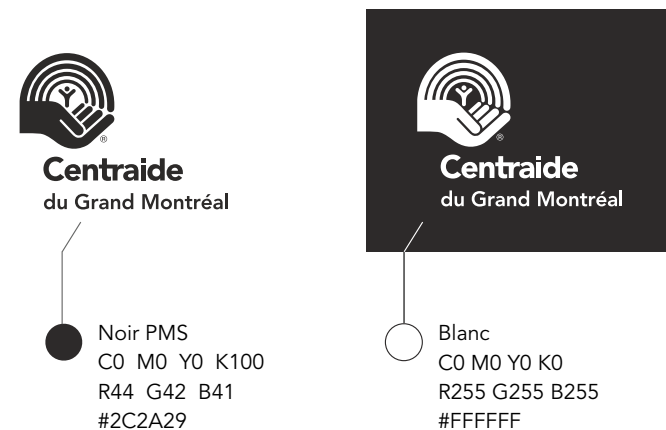


Blanc (pour la version
en mode inversé)
C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255
#FFFFFF

Marque - version en couleur



Marque - version en noir et en inversé



Utilisations proscrites

Voici quelques exemples d'utilisations proscrites de la marque institutionnelle.



Centraide du Grand Montréal

Ne pas déplacer l'identifiant.



Centraide
du Grand Montréal

Ne pas déplacer ou essayer de centrer le logo.



Centraide
Grand Montréal

Ne pas modifier le logotype.



Centraide

Une fois qu'un Centraide commence à utiliser un nouveau logo, il ne doit plus utiliser l'ancienne version.



Centraide
du Grand Montréal

Ne modifier aucun caractère d'écriture.



Centraide
du Grand Montréal

Ne pas utiliser isolément un élément du logo.



LOGO **Centraide**
du Grand Montréal

Ne pas placer d'autres logos ou éléments à l'intérieur de la zone de dégagement.



Centraide
du Grand Montréal

Ne pas modifier la couleur du logotype.



Centraide
du Grand Montréal

Ne pas modifier la couleur du logo.



Centraide
du Grand Montréal

Ne pas modifier la nuance ou la trame de la marque.



Ne pas appliquer le logo sur un fond chargé.



Centraide
du Grand Montréal

Ne pas déformer la marque, ni l'étirer, ni l'incliner.