



Fédération des chambres
de commerce du Québec

GUIDE DE NORMES

2023

LOGO	3
Architecture	4
Architecture de la marque mère	5
Zone de respiration et taille minimale	6
Zone de respiration et taille minimale de la mention	7
Couleurs	8
Exemples d'utilisation sur fonds colorés	9
Exemples d'utilisation sur images	10
5 versions disponibles	11
Interdits	12
UNIVERS GRAPHIQUE	13
Typographies Primaire avec sa substitution	14
Typographies - Secondaire avec sa substitution	15
Typographies - Hiérarchie	16
Couleurs - Primaire	17
Couleurs - Secondaires et tertiaires	18
Couleurs - Associations	19
Formes	20
Photographie - Humains	21
Photographie - Ambiance	22
Photographie - Intégration	23
Icônes	24

APPLICATIONS	25
Format - carré	26
Format - horizontal	27
Format - vertical	28
Événements	29
Événements - suite	30
Web - publications réseaux sociaux	31
Web - site internet	32
Web - motion	33
Web - vidéo	34
Impression - produits corporatifs	35
Impression - publique	36
RESSOURCES	38

LOGO

Le logo est composé de deux éléments distincts :

1. un élément typographique avec le symbole d'un porte-voix incrusté
2. la *tagline*

Le logo doit être utilisé tel quel, sans aucune modification d'espace ou de couleurs. D'autres versions du logo sont disponibles (voir page suivante).

Élément typographique
+
Symbole d'un porte-voix incrusté



Le logo FCCQ, en tant que «marque mère», est composé de deux niveaux : le logo du programme et celui de la FCCQ sans la *tagline*.

La marque mère

Elle se compose de l'élément typographique «FCCQ» et de la *tagline* «Fédération des chambres de commerce du Québec».



Logos des programmes

Chacun des programmes de la FCCQ possède son propre logo. Ces signatures corporatives existent pour une meilleure identification. Pour marquer leur appartenance à la FCCQ, la mention «La force du réseau FCCQ» a été rajoutée. En voici un exemple ci-contre, à droite.

Logo du programme



Mention

La marge de sécurité est égale à la largeur de la lettre «F» du logo FCCQ.
Aucun élément graphique ne doit empiéter sur la marge, quel que soit le médium employé.

Zone de respiration

La marge de sécurité est égale à la largeur de la lettre «F» du logo FCCQ.



Taille minimale


Utiliser la version abrégée du logo si la tagline n'est pas lisible.



Hauteur/Largeur minimale :
57 px / 37 px
0,5948 po / 0,3905 po

Zone de respiration autour de la mention

Entre le logo du programme et la mention «La force du réseau FCCQ» il doit y avoir un espace égale au «F» de FCCQ (comme illustré à droite).

De plus, il doit y avoir 5 fois l'espace  entre la fin de la mention et celle du logo du programme.

PRÈS, POUR VRAI
LA FORCE DU RÉSEAU 

Couleurs pour le web (RVB)

Couleurs principales



-  R 24 V 9 B 108
#18096c
-  R 78 V 146 B 240
#5b92f3

Couleurs renversées



-  R 227 V 242 B 248
#e3f2f7
-  R 78 V 146 B 240
#5b92f3

En noir et blanc



-  R 0 V 0 B 0
#000000
-  R 204 V 204 B 204
#cccccc

En noir et blanc renversé





-  R 204 V 204 B 204
#cccccc
-  R 255 V 255 B 255
#ffffff

Couleurs pour l'impression (CMJN)



Couleurs principales



-  C 98 M 92 J 31 N 25
-  C 66 M 40 J 5 N 0



Couleurs renversées



-  C 13 M 0 J 3 N 0
-  C 66 M 40 J 5 N 0



En noir et blanc



-  C 0 M 0 J 0 N 100
-  C 23 M 17 J 18 N 1

En noir et blanc renversé



-  C 23 M 17 J 18 N 1
-  C 0 M 0 J 0 N 0

Logo sur fonds colorés

Lorsque le logo est superposé sur une couleur en aplat, il est important de s'assurer d'un contraste minimal pour une lisibilité optimale. Prioriser la version principale du logo sauf contre-indications.



Logo sur images

Il est important de s'assurer que le logo est bien lisible lorsque qu'il est superposé sur une image en couleur, monochrome ou avec un filtre bleu.



Il existe 4 versions du logo FCCQ.
La version 1 est à privilégier en tout temps sauf indication contraire. Ces logos sont disponibles au téléchargement et dans d'autres couleurs (voir page 6).
NB : À l'étranger, utiliser la version principale et ne pas traduire celle-ci.

 **Télécharger les logos**

1. version principale



2. version abrégée



3. version avec : «La force du réseau» sur deux lignes



4. version avec : «la force du réseau» sur une ligne



Ce qu'il ne faut pas faire

Voici quelques exemples d'utilisation incorrecte du logo.



Ne pas déformer.



Ne pas changer l'orientation.



Ne pas changer les couleurs.



Ne pas changer les proportions
de l'un des éléments.



Ne pas appliquer d'effet.



Ne pas modifier la typographie.

UNIVERS GRAPHIQUE

Dans la signature FCCQ,
Circular Std est utilisée dans la
tagline.

La police Circular Std est à
privilegier en tout temps. Les 8
variantes peuvent être utilisées.

À utiliser pour les titres.

Circular Std sera remplacée par
Arial,
(une typographie système), dans
les cas suivant uniquement :

- infolettre
- signature courriel
- documentation interne

↓ Télécharger les typographies

Circular Std Book

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789
!@#?&

Circular Std Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz
0123456789
!@#?&

Circular Std Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz
0123456789
!@#?&

Circular Std Black

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz
0123456789
!@#?&

Arial | Substitution pour Circular Std

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789
!@#?&

Une police de caractères complémentaire, plus institutionnelle, a été ajoutée pour renforcer l'identité graphique.

La typographie serif appuie la notoriété et le professionnalisme de la FCCQ.

Cette police est utilisée pour les textes (noms, légendes et citations principalement), en regular et bold seulement.

TT Ramillas Trl sera remplacée par Times New Roman (une typographie système) dans les cas suivant uniquement :

- infolettre
- signature courriel
- documentation interne

↓ Télécharger les typographies

TT Ramillas Trl

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789
!@#?&

Circular Std Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz
0123456789
!@#?&

Times New Roman | Substitution pour TT Ramillas Trl

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789
!@#?&

Afin de conserver une lisibilité, la hiérarchie des textes devra être respectée.

Nous proposons une règle ci-contre à droite, mais les variations de graisses de typographie sont autorisées, bien qu'il soit conseillé de les utiliser avec parcimonie.

Titre
Circular Std
Book | Majuscules

**BÂTIR LES
FORCES ARMÉES
CANADIENNES
DE DEMAIN**

Nom/Citations
TT Ramillas Trl
Bold | Majuscules

ANITA ANAND

Texte courant
Circular Std
Book | Majuscules

**Échangez avec eux sur
des enjeux et sujets inédits**

La charte colorée reprend les
3 couleurs déjà présentes dans
l'identité de marque.

Noir
#000000
R0 V0 B0
C0 M0 J0 N100

Blanc
#FFFFFF
R0 V0 B0
C0 M0 J0 N0

Bleu FCCQ
#18096C
R24 V9 B108
C100 M97 J29 N19

La charte colorée comprend des couleurs secondaires, plus lumineuses, qui apportent du dynamisme à la marque.

À utiliser dans les cas suivants :

- icônes
- graphiques
- illustrations
- blocs de couleurs
- mots-clés

Une palette de couleurs tertiaires vient s'ajouter. Elle est plus désaturée pour créer une harmonie avec les autres coloris, sans créer une marque trop ludique.

À utiliser dans les cas suivants :

- icônes
- graphiques
- illustrations

Couleurs secondaires

Bleu moyen FCCQ
#4E92F0
R78 V146 B240
C68 M39 J0 N0

Bleu clair FCCQ
#E3F2F8
R227 V242 B248
C13 M0 J3 N0

Bleu ciel
#BBD9F4
R187 V217 B244
C30 M7 J0 N0

Orange
#F97045
R249 V112 B69
C0 M67 J72 N0

Vert
#368862
R54 V136 B98
C78 M24 J70 N8

Couleurs tertiaires

Rose pastel
#FBE8E4
R251 V232 B238
C1 M12 J9 N0

Ocre
#DAA74D
R218 V167 B77
C14 M35 J76 N3

Sauge
#E1F1E6
R225 V241 B230
C15 M0 J13 N0

Rose
#D3ABC6
R211 V171 B198
C19 M19 J8 N0

Jaune pastel
#FDCE88
R253 V206 B136
C0 M23 J53 N0

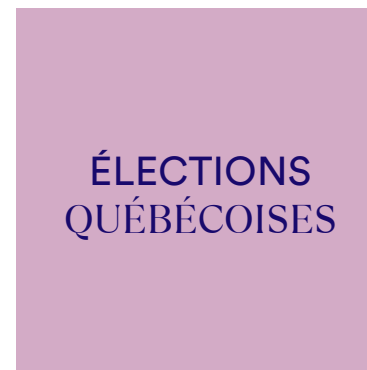
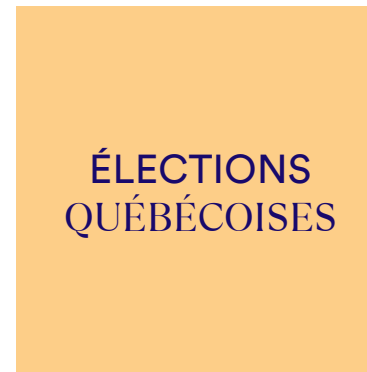
Brique
#BC4F49
R188 V79 B73
C20 M77 J66 N10

Crème
#FFF0DA
R255 V240 B218
C0 M7 J17 N0

L'identité graphique repose sur l'association de couleurs. Un aplat coloré est toujours utilisé avec un élément d'une autre couleur.

Il est important de s'assurer qu'il y ait un bon contraste entre le fond de couleur et l'élément typographique.

Voici des exemples qui fonctionnent ci-contre, à droite.

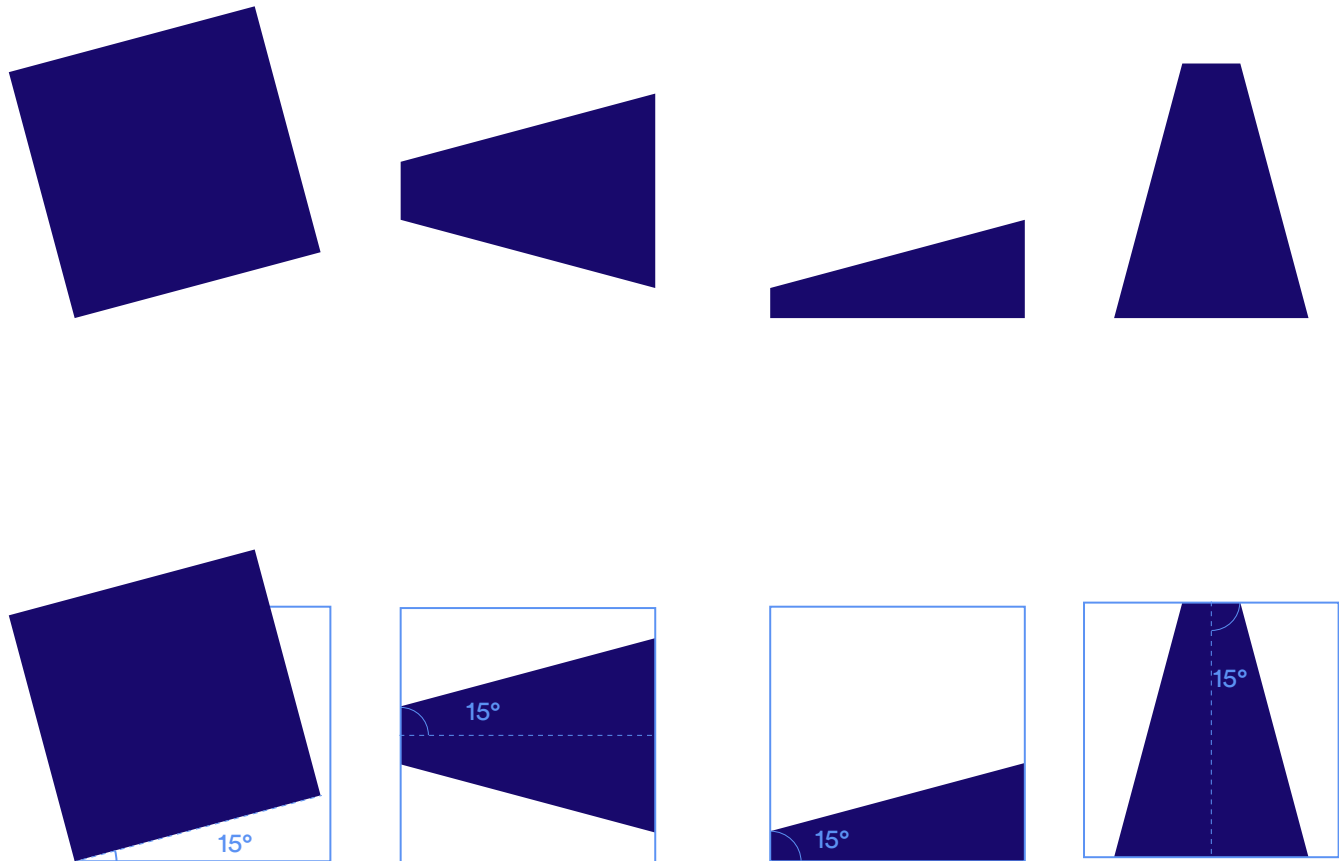


La forme du porte-voix présente dans le logo est réutilisée dans les déclinaisons graphiques.

Un panel de 4 formes est proposé pour créer des compositions graphiques.

Il faut appliquer une rotation de 15 degrés pour obtenir ces formes.

Ces formes servent à identifier la FCCQ plus facilement dans nos communications. Leur utilisation doit rester mesurée quand il s'agit de documents rédactionnels (ex : rapport d'activité).



L'humain est au centre de la mission de la FCCQ.

Pour créer une unité graphique entre les différents visuels, une direction photographique s'impose.

Voici quelques règles :

- lumière naturelle
- fond arrière légèrement flou ou très neutre
- plan portrait pour un individu seul
- plan large pour plusieurs individus
- expression faciale naturelle des sujets

Les photographies peuvent être utilisées en couleurs ou en noir et blanc.



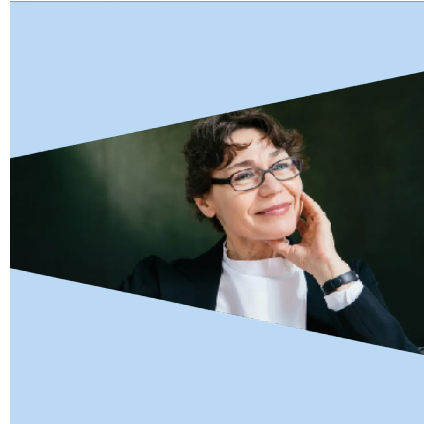
La FCCQ influence le dynamisme de toutes les régions du Québec. Il est important de les représenter dans les communications.

Des visuels d'ambiance représentant des moments de partage professionnel (des conférences) peuvent également être utilisés.

Les photographies peuvent être utilisées en couleurs ou en noir et blanc.



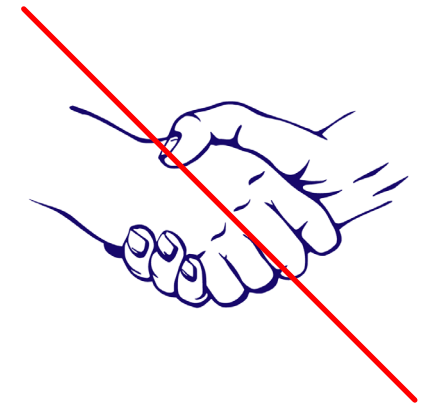
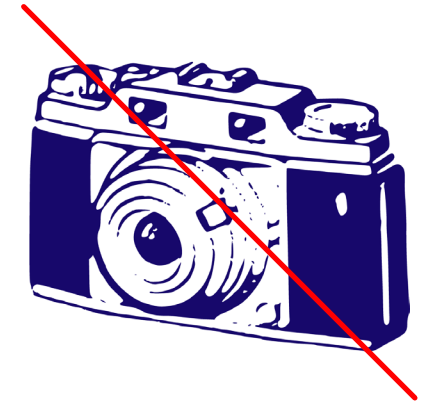
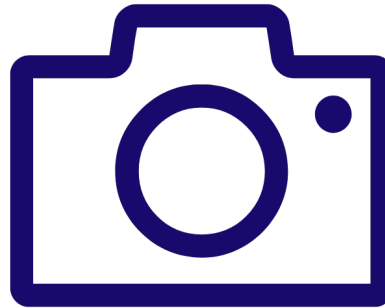
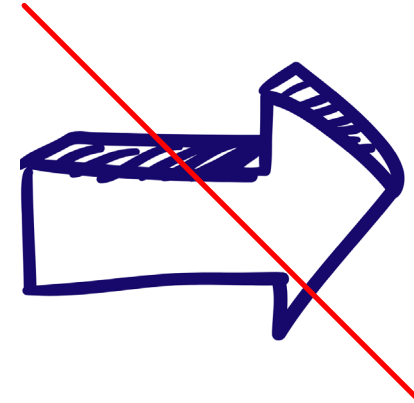
L'intégration des photographies dans les compositions graphiques se fait à l'intérieur des formes porposées dans la section «Formes» du guide de normes.



Les icônes doivent respecter ces conditions :

- 1 - respecter la charte colorée
- 2 - préférer les icônes avec un style graphique géométrique plutôt qu'un style «dessiné à la main».

Voici quelques exemples ci-contre .



APPLICATIONS



Pour créer une diversité visuelle et pour répondre aux différents besoins, des gabarits au format carré ont été pensés pour du contenu :

- photographique
- texte seulement
- photographique + texte

Les associations de couleurs peuvent être changées pour une plus grande variation graphique.

Photo



Texte



Image + Texte



Pour créer une diversité visuelle et pour répondre aux différents besoins, des gabarits au format horizontal ont été pensés pour du contenu :

- photographique
- texte seulement
- photographique + texte

Les associations de couleurs peuvent être changées pour une plus grande variation graphique.

Photo



Texte



Photo + Texte



Pour créer une diversité visuelle et pour répondre aux différents besoins, des gabarits au format vertical ont été pensés pour du contenu :

- photographique
- texte
- photographique + texte

Les associations de couleurs peuvent être changées pour une plus grande variation graphique.

Photo



Photo + Texte



Texte



La FCCQ a une large gamme d'événement, c'est pour cela que des gabarits pour tous les cas de figure ont été développées.

Si un événement a une identité, le visuel vient s'intégrer dans la forme.

Si un événement est autour d'une personnalité, la photographie de ce dernier vient s'intégrer dans la forme.

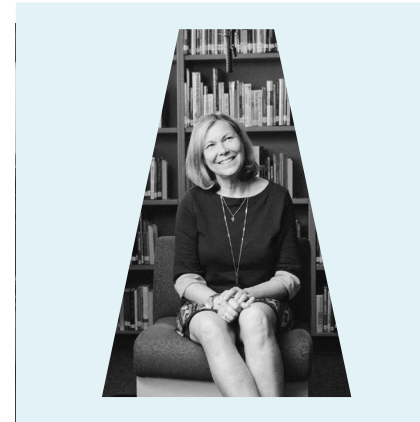
Si un événement n'a pas d'identité, la forme du parloir est intégré avec deux couleurs de la charte graphique qui donneront l'identité à ce dernier.

Les formats ont été déclinés en carré, vertical et horizontal.

Événement avec identité



Événement interview



Événement sans identité



Format vertical



Format horizontal



Format carré



Afin de comprendre que les événements sont propulsés par la FCCQ, il est important de les normer pour être identifiable :

- la mention «La force du réseau FCCQ» sera obligatoire,
- deux couleurs de la charte graphique de la FCCQ seront affichées à cet événement.

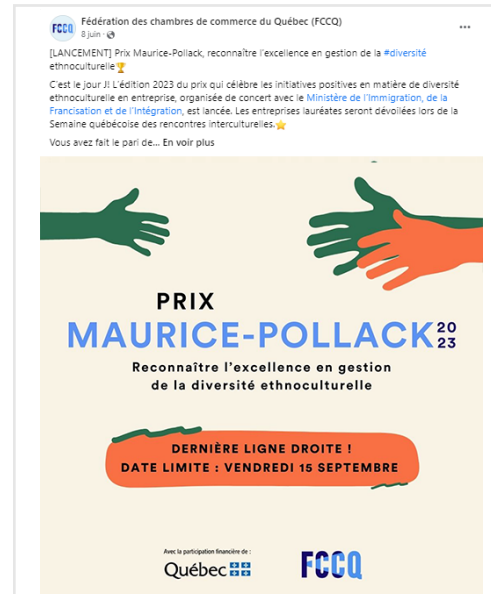
Pratiques RH
LA FORCE DU RÉSEAU **FCCQ**

PRÈS, POUR VRAI
LA FORCE DU RÉSEAU **FCCQ**

L'fccq BSERVATOIRE
LA FORCE DU RÉSEAU **FCCQ**

Pour les médias sociaux de la FCCQ, utiliser la version abrégée du logo ou la version avec la mention force du réseau si la lisibilité est bonne. Voici quelques exemples ci-contre.

Facebook



Twitter



LinkedIn

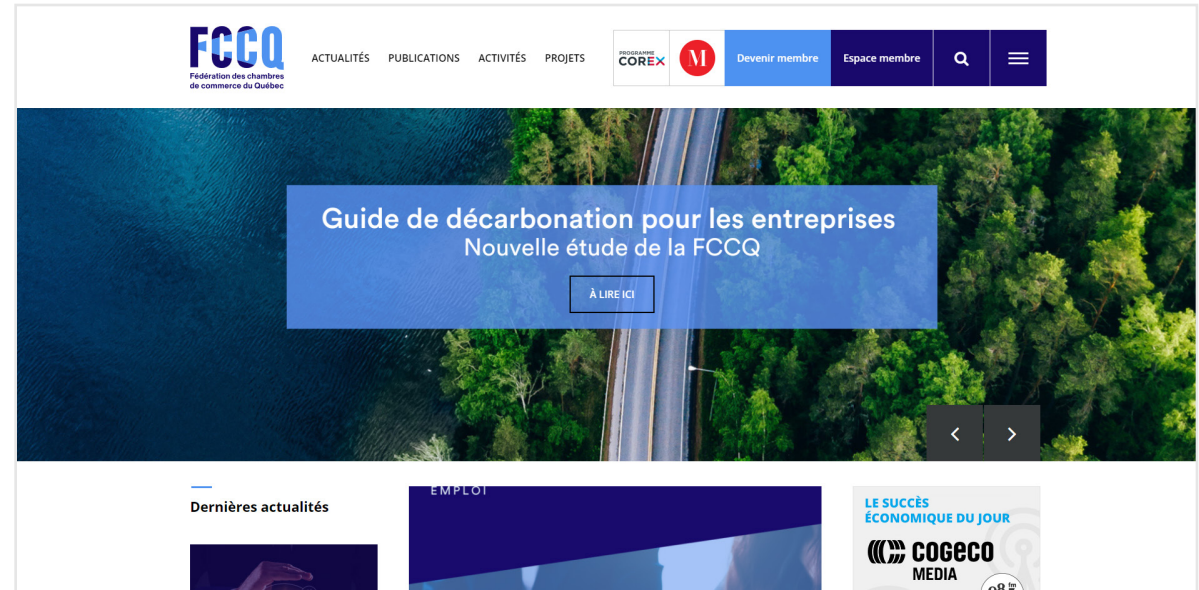


Instagram

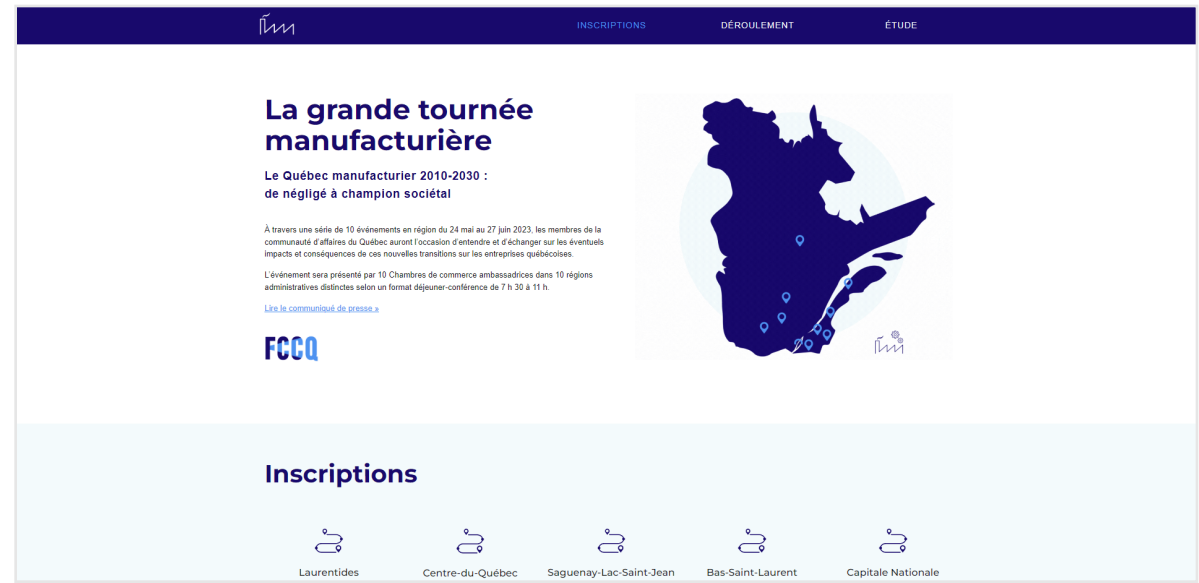


Pour les sites web de la FCCQ, utiliser la version abrégée du logo ou la version classique avec la tagline si les conditions de la page 6 sont respectées. Voici deux exemples ci-contre.

Site web de la FCCQ



Site web de la grande tournée manufacturière

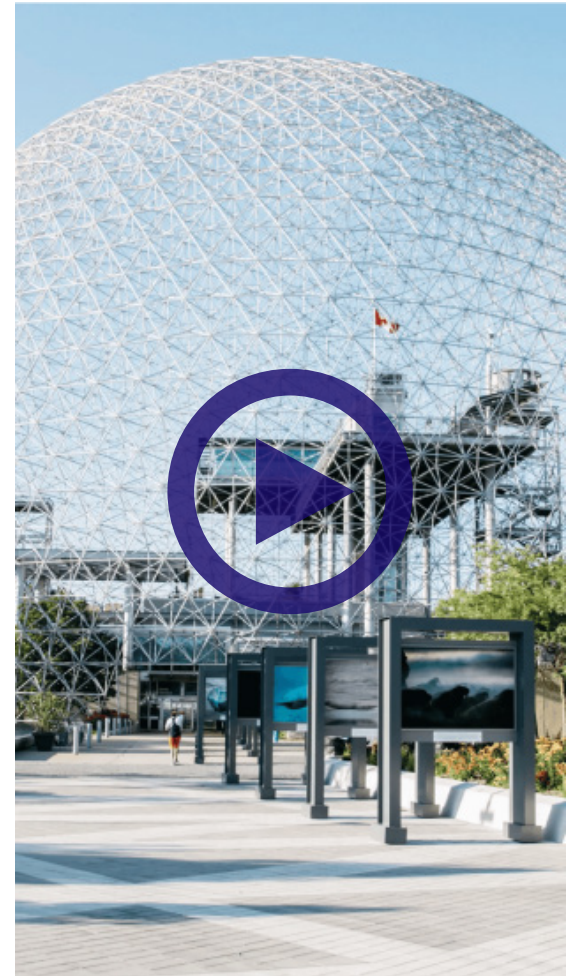


Exemple d'animation avec le porte-parole avec un jeu d'ouverture du porte-parole qui laisse apparaître en masque l'image ou le texte selon les cas.

Format carré



Format horizontal



Exemple de vidéos avec le logo :

1 - vidéo interne

2 - vidéo publique

Prioriser la forme abrégée du logo en interne et le logo avec la mention «La force du réseau» à l'externe. Le logo doit être présenté à la fermeture de la vidéo.

Vidéo interne



Vidéo publique



Pour les impressions corporatives, privilégier la forme abrégée du logo.

Voici quelques exemples d'impressions ci-contre.

Kit pour les nouveaux employés



Pour les impressions visibles par tous, privilégier le logo avec la tagline «Fédération des chambres de commerce du Québec» ou la mention «La force du réseau»

Voici quelques exemples d'impressions ci-contre.

Pochette et carte de visite



Roll-up



RESSOURCES

Voici les ressources disponibles au téléchargement.



GUIDE DE NORMES 2023 | FCCQ