
NORMES GRAPHIQUES

IDENTIFICATION VISUELLE
GROUPE FOCUS COMMUNICATIONS
WWW.GROUPE-FOCUS.COM



OBJECTIFS DES NORMES

Le présent guide d'utilisation est un instrument de travail mis à la disposition des différents utilisateurs de l'identification visuelle de Groupe Focus Communications. Chacun y trouvera les normes graphiques indispensables qui en régissent l'utilisation, en vue d'assurer à Groupe Focus Communications une image propre, homogène et cohérente.

L'application de chacune de ces règles graphiques doivent être rigoureusement respectée pour un souci constant de qualité.

DÉFINITION LOGOTYPE

L'identification visuelle de Groupe Focus Communications rassemble la totalité des signes graphiques illustrant le nom, les valeurs, l'ambition, la culture et les activités de l'entreprise. Elle est véhiculée sur l'ensemble des outils qu'elle émet. Le premier de ces symboles est le logotype, condensé visuel de l'entreprise, de ce qu'elle est et aspire à devenir.

Tous les éléments doivent être dûment respectés : le nom de l'entreprise, le style typographique, le symbole et les couleurs distinctives.

TYPographie ET COULEURS LOGOTYPE

La famille de caractères retenue pour la typographie du logotype est le : Myriad Pro
Aucun autre type de caractère que le Myriad Pro ne doit être utilisé avec le symbole.
Si possible, ce choix typographie est aussi suggéré pour les titres et sous-titres des documents où nous retrouvons le logotype.

1. VERSION EN COULEURS PANTONE

Myriad Pro Regular
17 pts.
Interligne : Standard
Alignement : Centré
Espacement : 665

La signature
Pantone noir

Le symbole
Pantone 165 CVU

Myriad Pro Regular
17 pts.
Interligne : Standard
Alignement : Centré
Espacement : 665

2. VERSION EN QUADRICROMIE

■ **La signature**
Noir : 100 %

G R O U P E
F O C U S
C O M M U N I C A T I O N S

■ **Le symbole**
Cyan : 0 %
Magenta : 60 %
Jaune : 100 %
Noir : 0 %



3. VERSION EN QUADRICROMIE CREVÉE

• Sur fond d'intensité moyenne à noire, équivalant à une teinte de gris minimale à 50%

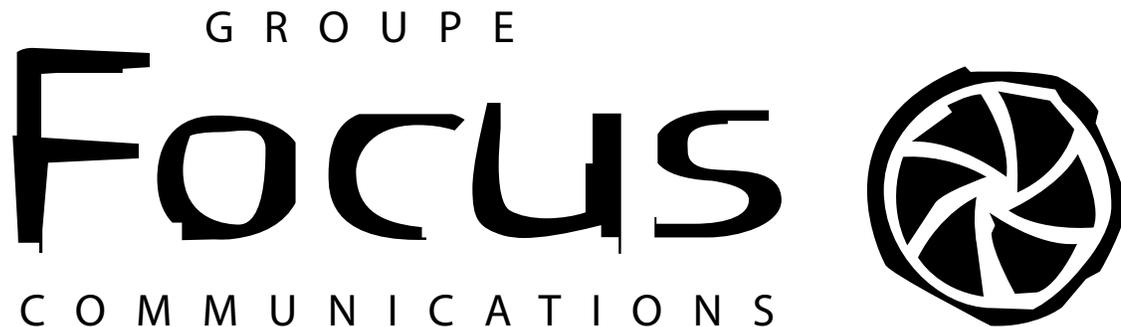
□ **La signature**
Blanc

G R O U P E
F O C U S
C O M M U N I C A T I O N S

■ **Le symbole**
Cyan : 0 %
Magenta : 60 %
Jaune : 100 %
Noir : 0 %



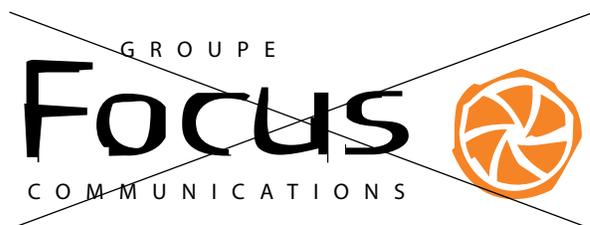
4. VERSION MONOCHROME



5. VERSION MONOCHROME CREVÉE



Afin d'assurer à l'identification visuelle un maximum d'impact et de cohérence, il importe de préserver son intégrité. Les exemples qui suivent illustrent les principaux usages à proscrire.



- Ne jamais exercer une rotation au symbole.



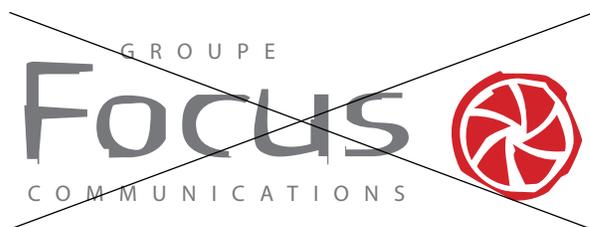
- Ne jamais utiliser l'identification visuelle sur un fond peu contrastant.



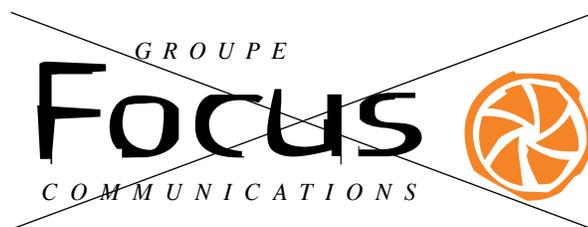
- Ne jamais changer les proportions et la disposition du symbole et de la désignation.



- Ne jamais interchanger les couleurs officielles du symbole et de la signature.



- Ne jamais employer de couleurs autres que les couleurs officielles ou le noir.



- Ne jamais utiliser une police de caractères autre que celle retenue pour la signature.

La papeterie comprend les éléments suivants : papier à lettres, enveloppe, carte professionnelle. Toute demande de reproduction de ces éléments doit nécessairement être consentit par Groupe Focus Communications.



17 230, av. St-Louis, Saint-Hyacinthe (Québec) J2T 3G7
450) 773-0368 / Téléc.: (450) 252-0368 / 1 877 553-0368
info@groupe-focus.com
www.groupe-focus.com

Espace pour le texte

NORMES DE PAPETERIE

Couleurs d'impression : Noir et PANTONE 165
Papier en-tête : Mohawk Navajo écriture blanc brillant
Papier enveloppe : Velin blanc, 24 lbs.
Papier carte professionnelle : Supreme gloss 12 pts.

