



POUR DES ÉCOLES
EXPRESSIVES

ACLAM

Guide graphique
2022.09

Introduction

AMOUR CULTURE LOISIRS ARTS MULTI ACLAM

2

3

EXPRESSION

Pour se démarquer dans l'industrie culturelle, les organismes doivent projeter une image de marque distincte, attrayante et constante.

ACLAM et ses partenaires doivent arrimer leurs efforts à diffuser des messages clairs, en cohérence avec la marque et adhérer à une identité visuelle commune.

Quiconque prend connaissance de cet outil doit s'en imprégner, intégrer son essence pour faire rayonner l'identité **ACLAM**. Chaque occasion de communiquer doit s'y consacrer et, ultimement, incarner le positionnement **pour des écoles expressives**.

Table des matières

Section 1

Outils de la marque

8	Logo officiel
9	Logo multicolore
10	Taille minimale
10	Espace de protection
11	Couleurs officielles
12	Descripteur de marque
14	Bulles expressives
15	Onomatopées expressives
16	Typographie officielle
17	Typographie secondaire
18	Imagerie photographique

Section 2

Applications de la marque

22	T-shirts
24	Visuels moteurs
26	Affichage
28	Cartes professionnelles
29	En-têtes de lettres
30	Signature courriel
31	Rapport annuel
32	Site web mobile
32	Facebook
33	Instagram

Section 1

OUTILS DE LA MARQUE

Logo officiel

Le logo d'**ACLAM** exprime à la fois sa personnalité et sa singularité. La simplicité du logo contribue à sa reconnaissance. Inspiré du mouvement spontané de la foule qui s'unit en l'honneur de quelqu'un ou d'un effort dans une grande ovation, le logo évoque l'idée de l'engagement de tous les acteurs vers un but commun : celui d'élever les jeunes par l'expression culturelle.

Le logo ne peut être modifié en aucun cas.



Logo multicolore

Toutes les occasions sont bonnes pour faire vivre le logo dans ses couleurs. Le jaune vif est la couleur à privilégier, mais la plateforme graphique prend tout son sens lorsqu'une multitude de couleurs et de mariages sont employés. Il est important de choisir la version du logo qui offre le meilleur contraste par rapport au fond qui le supporte.



Taille minimale

Pour assurer une lisibilité optimale, la taille minimale indiquée ci-dessous doit être respectée.



Espace de protection

L'espace de protection correspond à la largeur de la lettre « A » du logo **ACLAM**. En tout temps, cet espace doit être exempt d'éléments visuels graphiques, typographiques ou autres.



Couleurs officielles

Jaune vif

cmjn 0 / 0 / 75 / 0
 rvb 255 / 255 / 102
 hexa ffff66

Rouge

cmjn 0 / 85 / 85 / 0
 rvb 255 / 51 / 51
 hexa ff3333

Lilas

cmjn 50 / 35 / 0 / 0
 rvb 153 / 153 / 255
 hexa 9999ff

Rose

cmjn 0 / 45 / 0 / 0
 rvb 255 / 153 / 255
 hexa ff99ff

Jaune foncé

cmjn 0 / 25 / 100 / 0
 rvb 255 / 204 / 0
 hexa ffcc00

Beige

cmjn 10 / 45 / 60 / 0
 rvb 204 / 153 / 102
 hexa cc9966

Orange

cmjn 0 / 70 / 100 / 0
 rvb 255 / 102 / 0
 hexa ff6600

Turquoise

cmjn 40 / 0 / 30 / 0
 rvb 153 / 255 / 204
 hexa 99ffcc

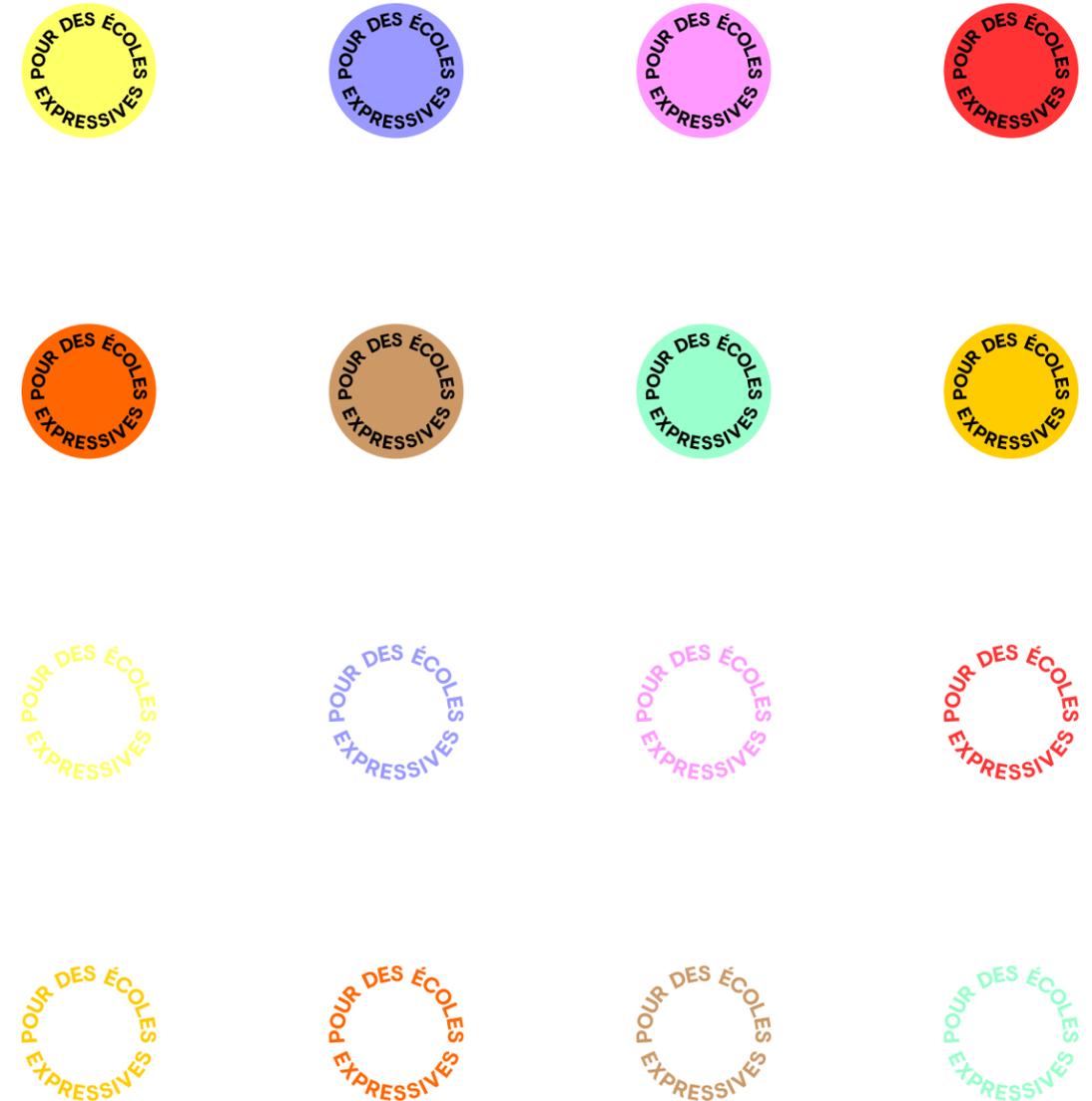
Descripteur de marque

Notre descripteur de marque se veut simple, clair, inclusif et un véritable appel à la mobilisation. Il réaffirme notre posture qui est tournée vers notre champ d'action tout en mettant en valeur la communauté de pratique. Engagé à mettre de l'avant les jeunes lors de leur passage au secondaire et à leur permettre d'explorer l'expression sous diverses formes, **ACLAM** multiplie ses activités et son soutien **pour des écoles expressives** toutes en couleur. La forme du sceau suggère l'adhésion des partenaires et de la communauté à faire vivre la passion **ACLAM**.

À noter qu'il n'existe aucune version « lock-up » du logo **ACLAM** et de son descripteur de marque. Lorsqu'il est jugé nécessaire de l'utiliser dans une pièce de communication, le descripteur peut graviter autour du logo, il peut s'y superposer ou en être séparé, être utilisé dans sa version avec un cercle plein ou délimité par le texte uniquement.

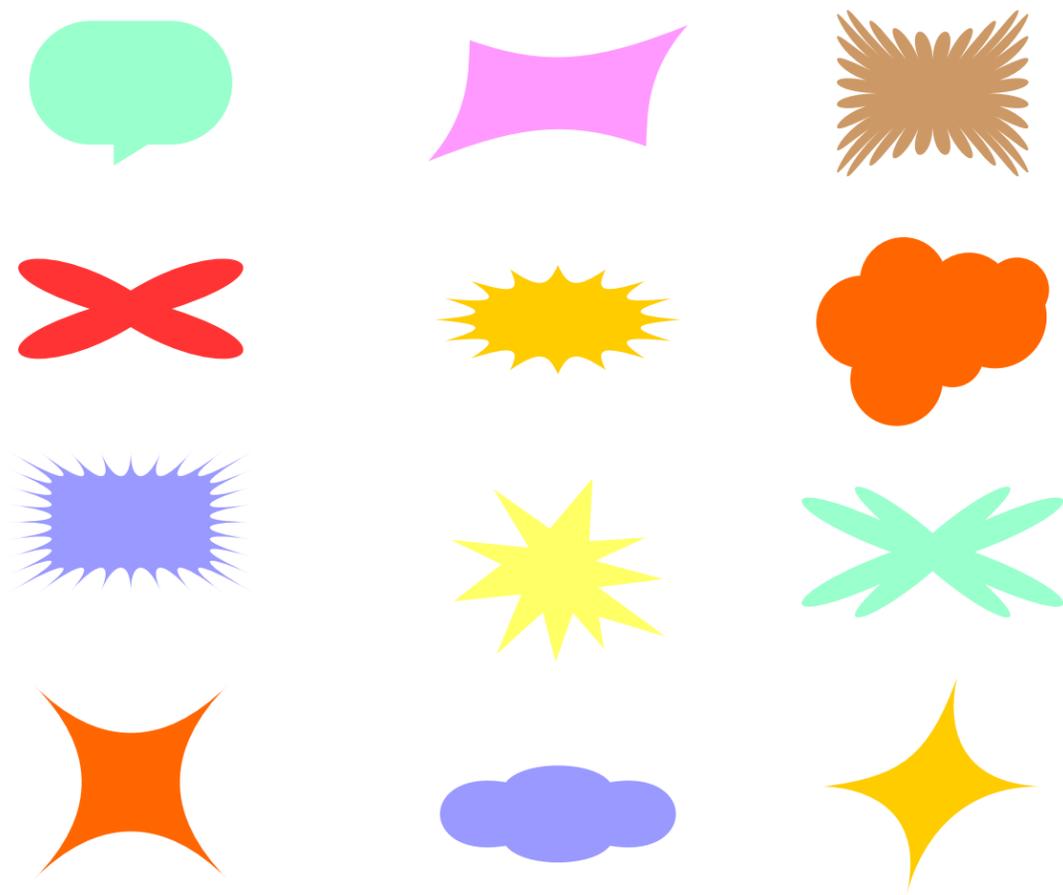
Comme pour le logo, la plateforme graphique prend tout son sens lorsqu'une multitude de couleurs et de mariages sont employés. Il est donc recommandé d'utiliser les pastilles dans toutes ses couleurs. Lorsque c'est impossible, il existe également des versions en noir en et blanc. Il est important de choisir la version du descripteur qui offre le meilleur contraste par rapport au fond qui le supporte.

Le descripteur de marque ne peut être modifié en aucun cas.



Bulles

Faisant partie intégrante des outils de la marque, la bulle expressive vient positionner les différentes communications de manière forte et vibrante. Elle contribue à accentuer la richesse des messages-clés en exprimant visuellement l'éclat et la portée de certains mots.



Onomatopées

Les mots qui peuvent être jumelés avec les bulles expressives peuvent exprimer un message précis, des déclarations, des statistiques ou simplement une accroche expressive qui réfère à un son de manière un peu plus abstraite.



Typographie officielle

**Futura Condensed
Extra Bold Oblique**

Achat et téléchargement
[https://fonts.adobe.com/
fonts/futura-pt](https://fonts.adobe.com/fonts/futura-pt)

***FUTURA
CONDENSED
ABCabc123***

***TITRE DE LA
PRÉSENTATION***

***PERMETTRE DES OCCASIONS D'ÉCHANGE
À TOUS LES ÉLÈVES DU SECONDAIRE
DU QUÉBEC PAR L'EXPRESSION CULTURELLE.***

Typographie secondaire

Inter

Téléchargement (gratuit)
[https://fonts.google.com/
specimen/Inter](https://fonts.google.com/specimen/Inter)

Pour les utilisations de types
bureautiques, la fonte **Arial**
peut remplacer les polices
de caractères de la marque.

**Inter
Regular
ABCabc123**

**Titre de la
présentation**

Permettre des occasions d'échange
à tous les élèves du secondaire
du Québec par l'expression culturelle.

Imagerie photographique

Le langage photographique joue un rôle clé dans la marque et doit tenir compte des caractéristiques de la personnalité de celle-ci.

ACLAM utilise une imagerie qui témoigne de son engagement envers les jeunes et ses partenaires. Pour ce faire, nous privilégions des images empreintes d'authenticité, jamais trop posées et même parfois avec un propos surprenant, voire déjanté. Afin de conserver un ton cohérent, une harmonisation des teintes et des contrastes en référence au film 35 mm serait à privilégier.

Les photos en exemple sur ces pages sont fournies à titre de références ou de sources d'inspiration. Nous n'en possédons pas les droits. Pour consultation interne seulement.



18



19



Section 2

***APPLICATIONS
DE LA MARQUE***

T-shirts



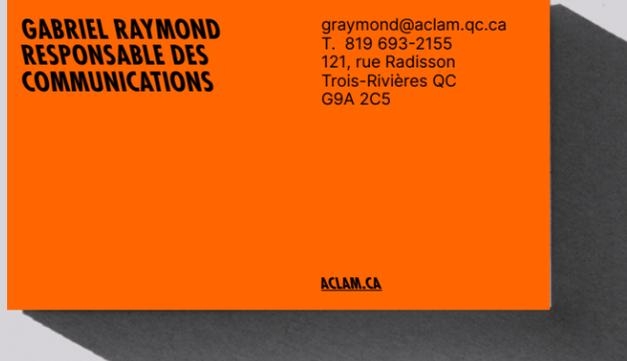
Visuels moteurs



Affichage



Cartes professionnelles



En-têtes de lettres



Signatures courriel

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed ac elit gravida, vulputate elit sit amet, dictum erat. Praesent quis quam volutpat, pretium augue molestie, placerat libero. Morbi nec felis nisi. Vivamus in nibh cursus, blandit diam sit amet, maximus orci. Sed.

Merci,
Hélène

HÉLÈNE MARTIN • DIRECTRICE GÉNÉRALE
121, rue Radisson, Trois-Rivières QC G9A 2C5
T. 819 693-2155 aclam.ca



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed ac elit gravida, vulputate elit sit amet, dictum erat. Praesent quis quam volutpat, pretium augue molestie, placerat libero. Morbi nec felis nisi. Vivamus in nibh cursus, blandit diam sit amet, maximus orci. Sed.

Merci,
Gabrielle

GABRIELLE THÉRIAULT • DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE
121, rue Radisson, Trois-Rivières QC G9A 2C5
T. 819 693-2155 aclam.ca



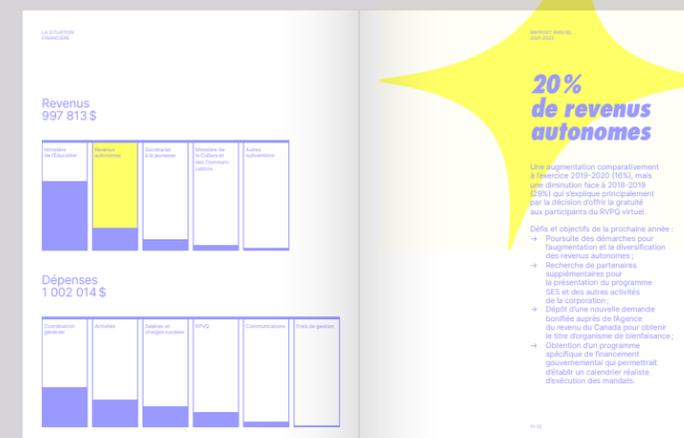
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed ac elit gravida, vulputate elit sit amet, dictum erat. Praesent quis quam volutpat, pretium augue molestie, placerat libero. Morbi nec felis nisi. Vivamus in nibh cursus, blandit diam sit amet, maximus orci. Sed.

Merci,
Gabriel

GABRIEL RAYMOND • RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS
121, rue Radisson, Trois-Rivières QC G9A 2C5
T. 819 693-2155 aclam.ca



Rapport annuel



Site web mobile Facebook



Instagram

