



MRC DE LA  
**VALLÉE-DU-RICHELIEU**

*Mode urbain, terroir de vie!*

---

**GUIDE  
DES NORMES  
GRAPHIQUES**

---

2021

# TABLE DES MATIÈRES

---

## **3**

### **INTRODUCTION**

## **4**

### **MISSION, VISION ET VALEURS**

## **5**

### **LE CRÉDO DICTE LE TON**

## **6**

### **LOGO**

- 1.2 Signification du logo
- 1.2 Déclinaisons du logo
- 1.3 Déclinaisons minimalistes

## **10**

### **UTILISATION DU LOGO**

- 2.1 Zone de protection
- 2.2 Normes d'utilisations
- 2.3 Dimensions minimales

## **14**

### **COULEURS**

- 3.1 Couleurs du logo
- 3.2 Charte de couleurs

## **17**

### **ÉNONCÉ DE POSITIONNEMENT**

## **19**

### **ÉLÉMENTS GRAPHIQUES**

- 5.1 Textures
- 5.2 Sigle de pied de page
- 5.3 Bande de pied de page

## **23**

### **TYPOGRAPHIE**

- 6.1 Typographie officielle
- 6.2 Typographie secondaire
- 6.3 Typographie Office

Ce Guide de normes graphiques de la *MRC de La Vallée-du-Richelieu* est un outil de référence conçu pour être utilisé dans le but d'uniformiser les communications et l'identité visuelle de la *MRCVR*. Il vise essentiellement à maintenir une image de marque forte et constante dans toutes les pièces de communications. Par l'établissement de normes, chaque personne désirant utiliser l'image de marque et ses éléments graphiques doit s'assurer de sa bonne utilisation en respectant ce présent guide.

Toute reproduction, en totalité ou en partie, par une personne non autorisée et sans autorisation explicite de la *MRC de La Vallée-du-Richelieu* est strictement interdite. Toute personne ou entreprise désirant utiliser l'image de marque, en totalité ou en partie, doit préalablement obtenir son consentement par écrit avant la reproduction sur un document ou une pièce de communication.

De plus, la *MRC de La Vallée-du-Richelieu* exige de voir la pièce de communication pour approbation AVANT la publication de celle-ci. Si elle ne respecte pas le présent Guide, la *MRC de La Vallée-du-Richelieu* se réserve le droit de refuser la publication des pièces non conformes.

Pour toute question sur l'utilisation ou la reproduction du logo, veuillez contacter le Service des communications de la *MRC de La Vallée-du-Richelieu*.

**450 464-0339 | [info@mrcvr.ca](mailto:info@mrcvr.ca)**

# MISSION

---

**MISSION LÉGISLATIVE:** La municipalité régionale de comté (MRC) est un organisme municipal à portée régionale qui regroupe les municipalités de la vallée du Richelieu dont le mandat est d'exercer les pouvoirs et les responsabilités que lui confèrent la *Loi sur l'aménagement et l'urbanisme* ainsi que les *Code municipal*.

**MISSION STRATÉGIQUE:** Créer les occasions de collaboration entre les élus, les employés, les municipalités et villes pour mettre en valeur les atouts géographiques, le positionnement stratégique, l'esprit communautaire ainsi que des secteurs économiques diversifiés.

# VISION

---

Acteur régional incontournable, la MRC de La Vallée-du-Richelieu est un pôle rassembleur, un lieu d'échange d'où émergent les initiatives de développement et où la collaboration et le soutien aux municipalités sont indissociables au maintien du lieu de travail et de vie de qualité, ainsi que d'un milieu économique vigoureux.

# VALEURS

---

## 01 ENGAGEMENT

envers la MRCVR, les municipalités et les villes qui la composent, une participation collective.

## 02 COLLABORATION

pour s'associer et réfléchir ensemble afin d'atteindre un objectif commun.

## 03 RESPECT, ÉCOUTE et OUVERTURE

auprès des collègues de travail, des personnes que nous côtoyons. C'est une promesse, un engagement, il ne s'agit pas seulement d'entendre, mais de comprendre.

## 04 ESPRIT D'ÉQUIPE

pour travailler collectivement, se soutenir mutuellement.

## 05 INTÉGRITÉ et RIGUEUR

dans le travail que nous accomplissons, dans le respect des engagements et des principes. Dans l'acceptation d'être tenu responsable de nos actes et donc imputable des succès comme des échecs.



*Être*  
**prêt à**  
**AGIR**  
lorsque *les*  
**OCCASIONS**  
*se* **présentent!**

LE CRÉDO DICTE LE TON



1.0

**LOGO**

## 1.1

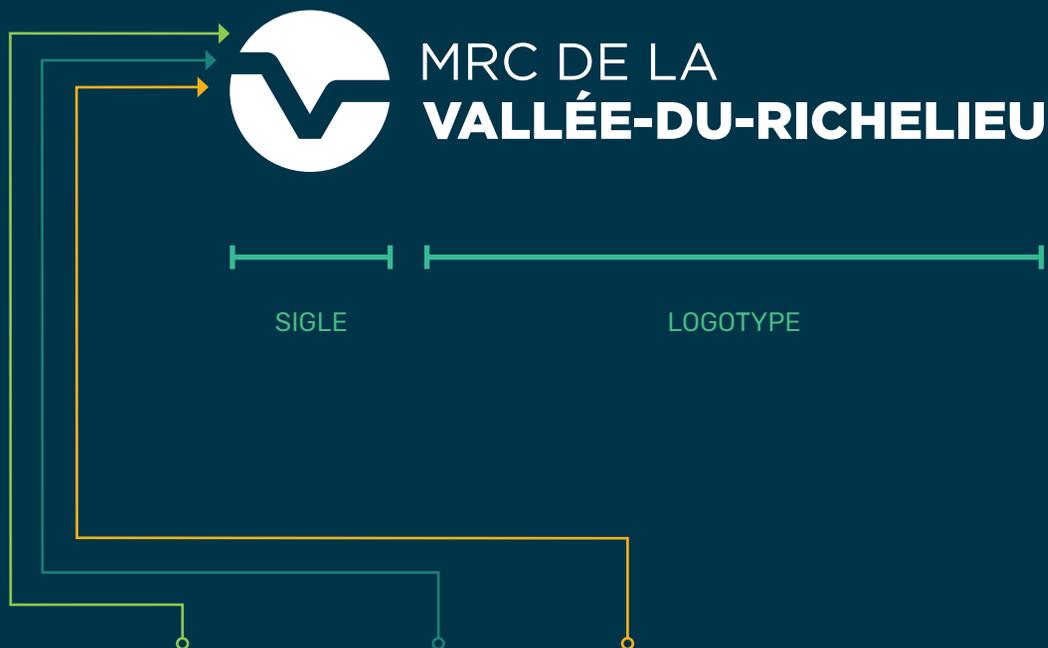
# SIGNIFICATION DU LOGO

## LETTRE «V»

À l'origine, la lettre «V» de l'ancien logo mettait l'accent sur le sentiment d'appartenance qui animait les municipalités du territoire, à savoir, la vallée, dont la rivière Richelieu, qui constitue encore aujourd'hui en son centre, l'axe de référence. L'espace négatif retrouvé dans le nouveau sigle du logo forme donc la lettre «V» représentant ainsi la rivière Richelieu. La base droite du «V» fait encore référence au modernisme rattaché aux développements résidentiels situés sur le territoire. Donc, l'idée de garder la lettre «V» à l'intérieur du nouveau sigle se voulait un clin d'oeil au logo original, mais aussi une continuité de sa signification d'origine.

## BATTEMENT DE COEUR

La lettre «V» illustre également un battement de cœur tel que vu sur un cardiogramme. Cet élément a été l'inspiration première et a été mis de l'avant afin de démontrer que nous donnons un sens vital aux nombreux milieux de vie de notre territoire (vie familiale, vie de quartier, vie municipale, vie communautaire, vie économique, etc.). Nous pouvons donc affirmer que notre territoire est un terroir abondant de vie!



## MONTAGNE | RIVIÈRE | CHAMPS

En plus de « municipalités régionales de comté », les initiales « MRC » veulent également mettre de l'avant les types des principaux terrains retrouvés dans le territoire de La Vallée-du-Richelieu, soit les montagnes, les rivières et les champs. L'écart entre les deux parties du « V » dans le sigle permet de symboliser l'horizon de ces trois types de terrain.

La partie supérieure - la **montagne**

Le creux du « V » - la **rivière**

La partie du bas - les **champs**

## 1.2 DÉCLINAISONS DU LOGO

---

### IDENTITÉ ADAPTATIVE

Les déclinaisons permettent de maximiser la lisibilité du texte dans le logo. Les différences dans la structure permettent également d'exploiter le plus d'espace possible sur tous les supports de communication.

#### VERSIONS HORIZONTALES

---



MRC DE LA  
**VALLÉE-DU-RICHELIEU**

#### VERSIONS VERTICALES

---



MRC DE LA  
**VALLÉE-DU-RICHELIEU**

#### VERSION SIGLE

---



## 1.3 DÉCLINAISONS MINIMALISTES

---

### IDENTITÉ «RESPONSIVE»

Les déclinaisons permettent de maximiser la lisibilité du texte dans le logo. Les différences dans la structure permettent également d'exploiter le plus d'espace possible dans n'importe quelle situation.

Il est très important d'assurer la bonne lisibilité du texte MRCVR.

#### VERSIONS HORIZONTALES

---



#### VERSIONS VERTICALES

---



An aerial photograph of a large lake with a bridge in the distance and mountains in the background. The image is overlaid with a dark blue, semi-transparent wavy pattern. In the bottom left corner, there is a teal-colored graphic element consisting of a thick line that forms a stylized 'V' or 'W' shape.

2.0

# UTILISATION DU LOGO

## 2.1

# ZONE DE PROTECTION

---

### OPTEZ POUR LA COHÉRENCE

Afin de faciliter la lisibilité et de maximiser son impact visuel, les zones de protections ici-bas doivent être respectées. De cette façon, la signature visuelle sera toujours uniforme et n'entrera pas en conflit avec les autres éléments graphiques avec lesquels elle pourrait être en contact, peu importe le genre d'utilisation, de support, de format ou de version employée.

- 1 UNITÉ DE MESURE
- 1.5 UNITÉ DE MESURE



- 1 UNITÉ DE MESURE
- 1.5 UNITÉ DE MESURE



## 2.2

# NORMES D'UTILISATION

### OPTEZ POUR LA COHÉRENCE

Les différentes versions de la signature visuelle présentées dans les pages précédentes se prêtent à diverses présentations selon l'outil de communication. Ceci dit, la manipulation du fichier du logotype doit être faite avec soin. Certaines conditions doivent être respectées. En aucun temps, la lisibilité de l'identité visuelle ne doit être altérée.





3.0

# COULEURS

## 3.1

# COULEURS DU LOGO

---

VERSION OFFICIELLE



VERSION OFFICIELLE RENVERSÉE



VERSION RENVERSÉE NOIRE

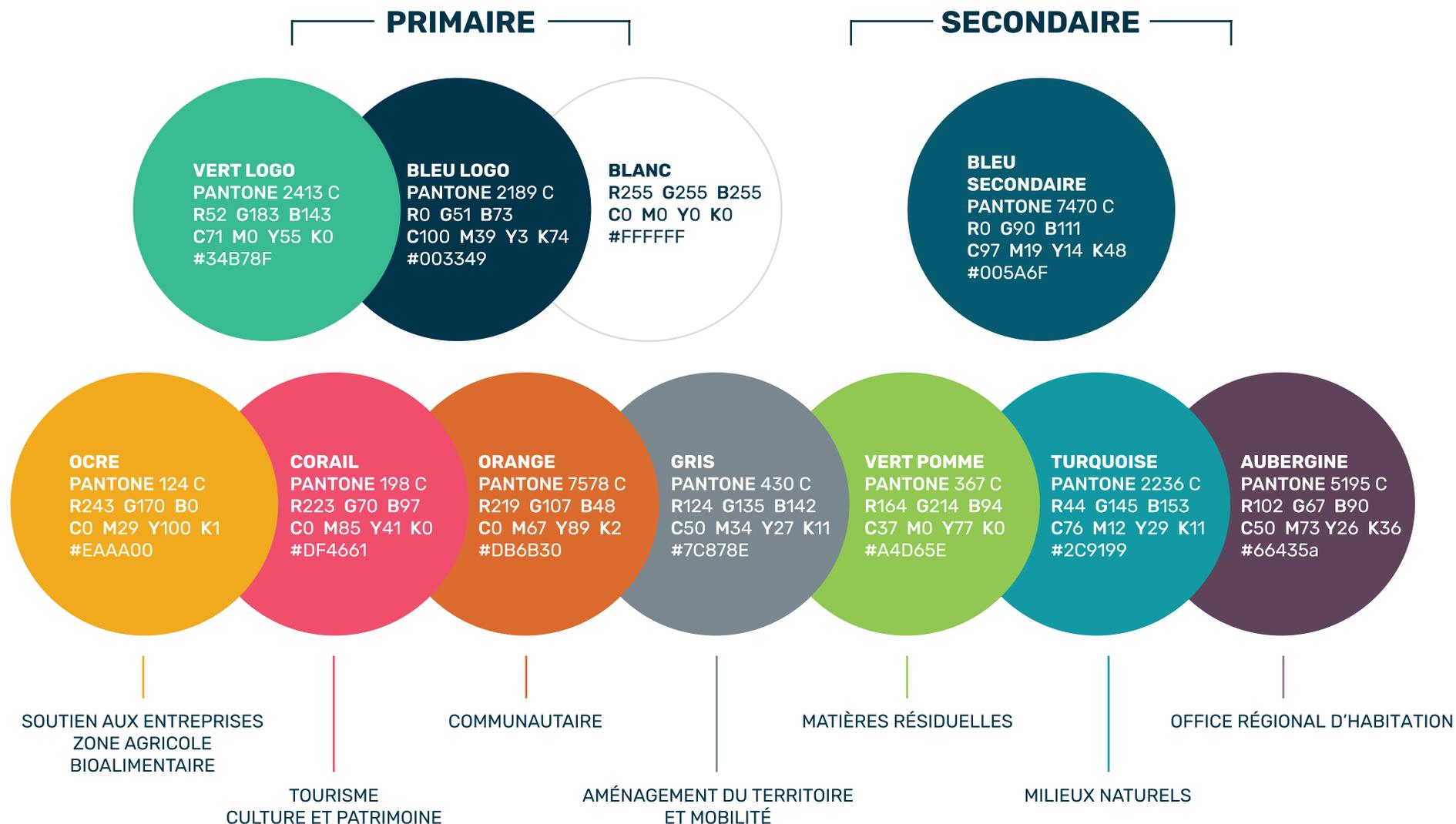


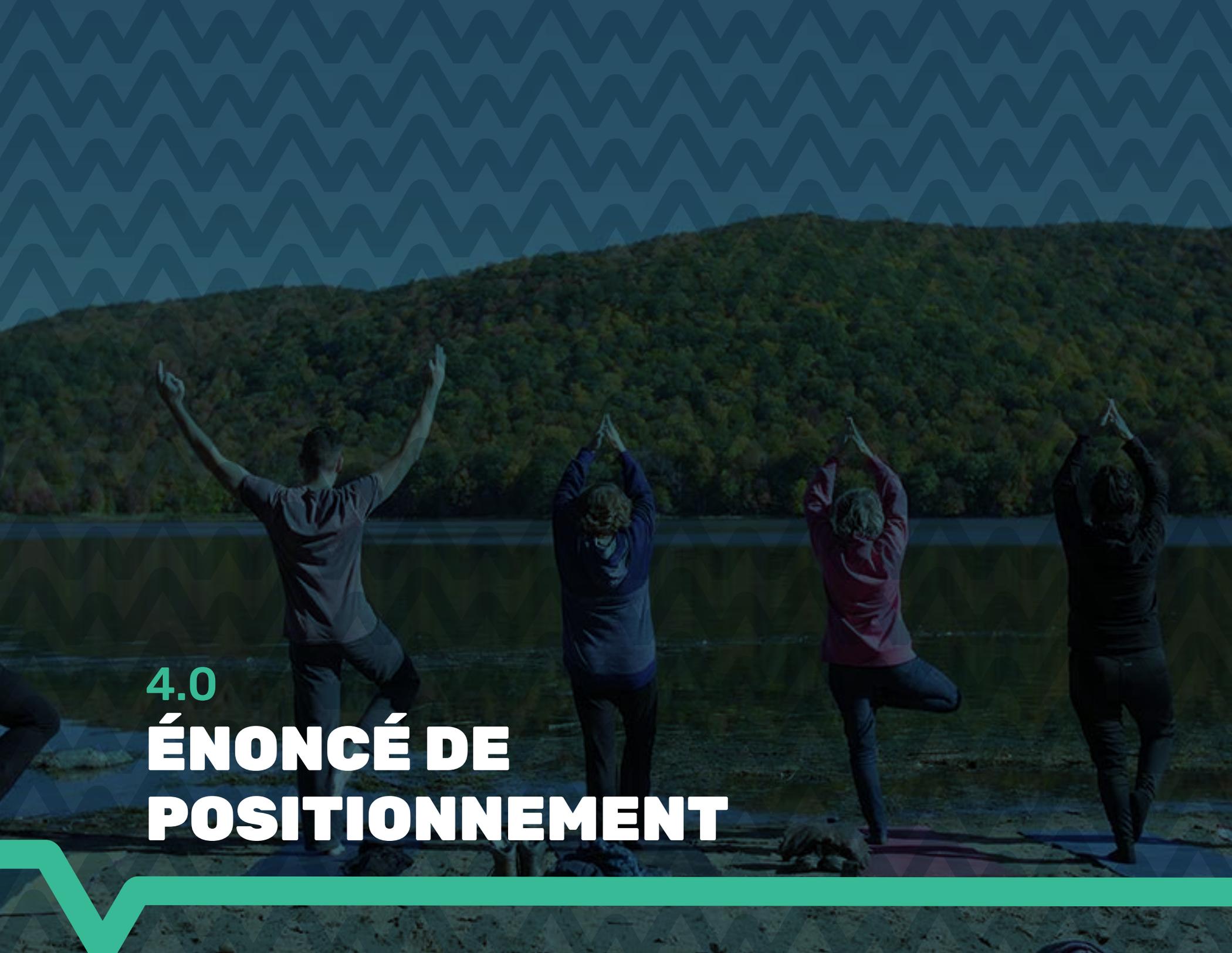
VERSION RENVERSÉE BLANCHE



## 4.2

# CHARTE DE COULEURS





4.0

# ÉNONCÉ DE POSITIONNEMENT

## 4.1

# AXE DE POSITIONNEMENT

---



Au Québec, il y a près d'une centaine de MRC avec les mêmes obligations et sensiblement les mêmes compétences, mais notre ADN est ce qui nous différencie. Donc, pour renforcer l'image de marque de notre organisation, le positionnement doit décrire nos avantages concurrentiels, ce qui nous distingue des autres. Un énoncé de positionnement ou un énoncé de vision est en quelque sorte le fondement d'une stratégie marketing. Dans notre cas, c'est notre **stratégie de marketing territorial**.

La rédaction d'un énoncé de positionnement est un art puisque nous devons en dire plus avec le moins de mots possible. Nous sommes fières d'avoir relevé ce défi et nous sommes convaincues de la forte portée de ces 5 mots.

**5 mots, 5 valeurs, 5 services, 5 doigts** de la main, en aide et en soutien à nos municipalités et villes. Un positionnement clair et convaincant démontre la valeur ajoutée de notre organisation et de notre territoire.

## RURBAIN

L'adjectif rurbain est un terme au dictionnaire, quoique son utilisation n'est pas fréquente. Rurbain fait référence à une zone anciennement rurale devenue banlieue à la suite du développement urbain. Le terme rurbain signifie également la cohabitation des zones rurales et urbaines sur un même territoire. Dans sa composition, il y a un mariage harmonieux et équilibré entre du mot rural et le mot urbain.

## MODE RURBAIN

Ayant comme préfixe le mot mode et créant la première partie de l'énoncé, mode rurbain, annonce une tendance, un mode de vie qui fait bénéficier les résidents du territoire des avantages et de la proximité de la ville et de la campagne. Nous pouvons ainsi dire que notre MRC est en mode rurbain ou bien que nous sommes les pionniers du mode de vie rurbain.

## TERROIR

La définition du mot terroir est l'ensemble des terres d'une même région fournissant un produit agricole caractéristique. 86 % de la superficie terrestre de notre MRC est en zone agricole permanente. L'appellation terroir est riche de sens parce qu'elle renvoie à la fertilité de nos sols et de notre développement économique. Dans le jargon populaire, le mot terroir est fréquemment utilisé pour décrire des produits locaux de grande qualité. Dans le mot territoire, nous y voyons également le mot terroir.

## TERROIR DE VIE

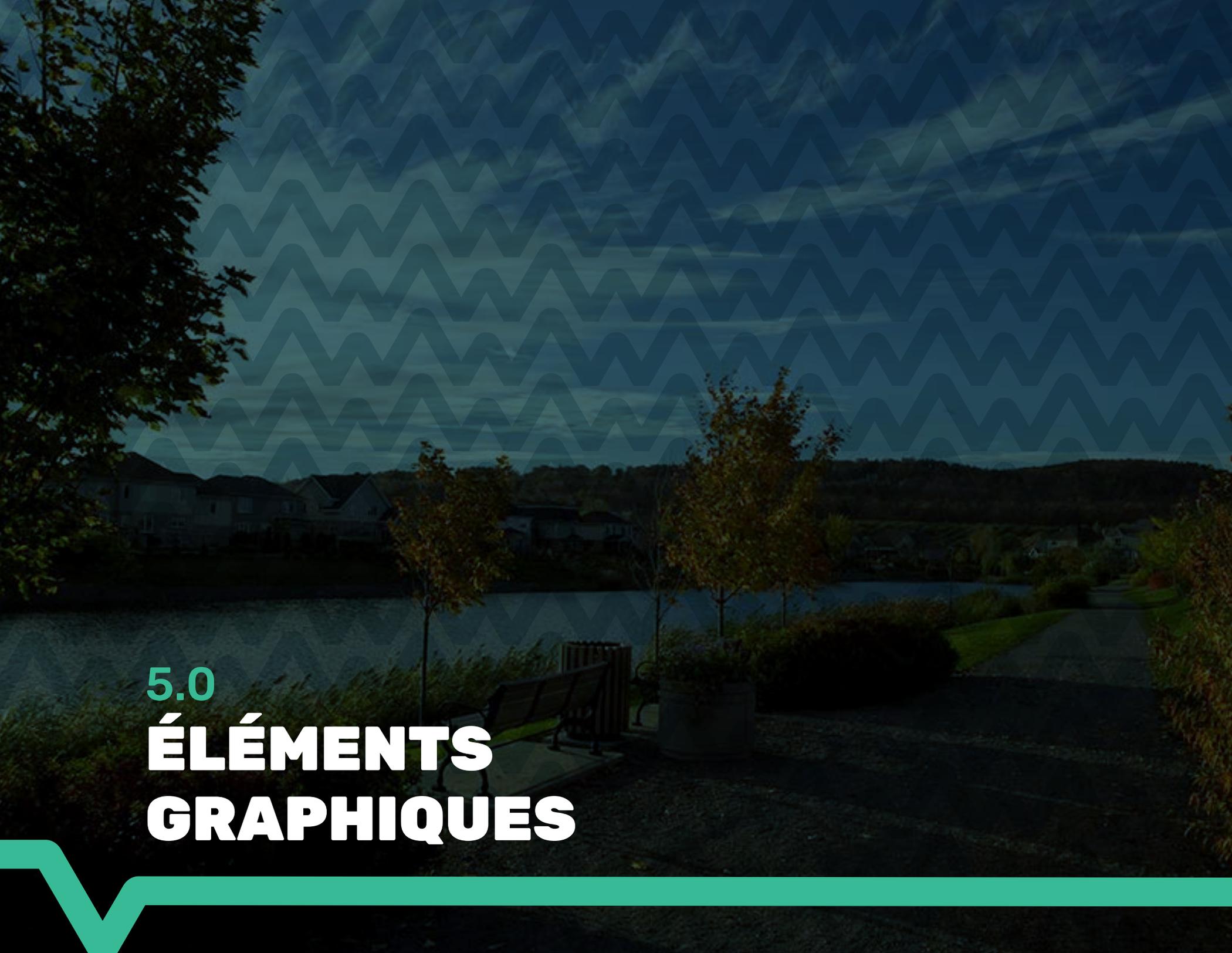
Considérant le mot terroir et en ajoutant les mots de vie, nous donnons un sens vital aux nombreux milieux de vie de notre territoire (vie familiale, vie de quartier, vie municipale, vie communautaire, vie économique, etc.). Bref, nous affirmons que notre territoire est un terroir abondant de vie!

## LA VIRGULE ET LE POINT D'EXCLAMATION

La virgule, placée au centre de cet énoncé, crée un équilibre en 2 forces de notre territoire et forme une addition pleine de vitalité et de collaboration. Le point d'exclamation à la fin de l'énoncé ajoute de l'énergie et du dynamisme.

## ASPECT GRAPHIQUE DE L'ÉNONCÉ

L'énoncé de positionnement appuie le concept créatif derrière le nouveau sigle de la MRC puisque les mots terroir de vie mettent en valeur le battement de cœur qui est à l'origine de la création de ce sigle et ses différentes déclinaisons. Il a été déterminé que la typographie pour l'énoncé de positionnement sera manuscrite, et ce, pour donner de la personnalité, de la vie à ce positionnement et ainsi accroître le sentiment d'appartenance des résidents du territoire, au territoire de La Vallée-du-Richelieu.



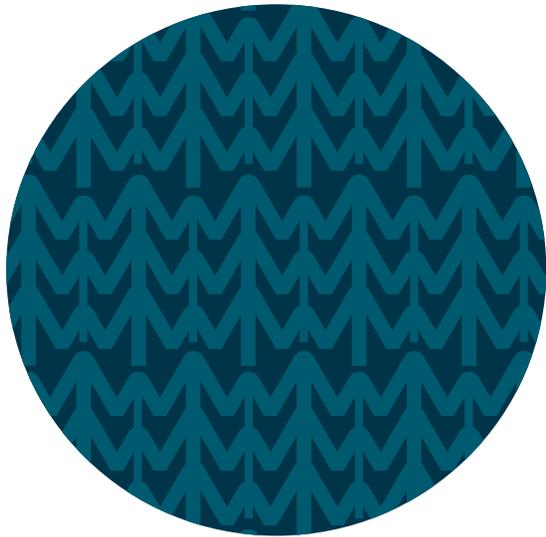
5.0

# ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

## 5.1

# TEXTURES

---



## 5.2

# SIGLE EN PIED DE PAGE

---

### MODIFICATION DE LA LIGNE

Les sigles en pied de page sont basés sur le «**V**» retrouvé dans le logo. Lors de son utilisation et de sa modification, il est important de ne pas dénaturer le «**V**» en modifiant l'angle ou l'épaisseur de celui-ci. Il peut être utilisé à n'importe quel endroit sur la ligne, mais sa zone de protection doit être respectée en tout temps.



### ZONE DE PROTECTION

Cette ligne peut-être utilisée avec ou sans texte l'accompagnant. Lorsque le texte est utilisé, il doit toujours être positionné de façon suivante, aligné sur la ligne du bas de façon à avoir une constance dans les communications.



## 5.2

# BANDE EN PIED DE PAGE

---

### RÈGLES DE MODIFICATIONS DE LA BANDE

Les bandes en pied de page sont basées sur le «**V**» retrouvé dans le logo. Lors de son utilisation et de sa modification, il est important de ne pas dénaturer le «**V**» en modifiant l'angle de celui-ci. De plus, lors de l'utilisation du logo en pied de page dans la bande, le respect des zones de sécurité doit toujours être respecté.





6.0

# **TYPOGRAPHIE OFFICIELLE**

## 5.2

# TYPOGRAPHIE OFFICIELLE

---

## RUBIK

abcdefghijklmnop | éèàêçù  
ABCDEFGHIJKLMN OP | ÉÈÀÊÇÙ  
1234567890

/\|!@#\$%?&\*()\_+ - = - ± • † ‡ ~ ^ ¡ ≈ . , : ; ° ~ > < « » ' ”

**RUBIK BLACK**  
***RUBIK BLACK ITALIC***

**RUBIK MEDIUM**  
***RUBIK MEDIUM ITALIC***

**RUBIK LIGHT**  
***RUBIK LIGHT ITALIC***

**RUBIK BOLD**  
***RUBIK BOLD ITALIC***

**RUBIK REGULAR**  
***RUBIK REGULAR ITALIC***

## 5.2

# TYPOGRAPHIE SECONDAIRE

---

tuesday night

a b c d e f g h i j k l m n o p

A B C D E F G H I J K L M N O P

1 2 3 4 5 6 7 8 9

! @ # ? & - ~ . . . ;

## 5.2

# TYPOGRAPHIE OFFICE

---

## ARIAL

**abcdefghijklmnop | éèàêçù**  
**ABCDEFGHIJKLMN OP | ÉÈÀÊÇÙ**  
**1234567890**  
**/\|!@#\$%?&\*()\_+ -= — ± • ‡ † ~ ^ ¡ ≈ . , : ; ° ~**  
**> < « » ’ ”**

**ARIAL BLACK**

**ARIAL BOLD**

***ARIAL BOLD ITALIC***

**ARIAL REGULAR**

***ARIAL REGULAR ITALIC***