

# GUIDE DE NORMES GRAPHIQUES

---

Préparé pour



**01/ Identité visuelle** p.3

01.1/ Présentation du logotype p. 4

01.2/ Applications du logotype p. 5

01.3/ Espace de protection p. 6

01.4/ Dimensions minimales p. 7

01.5/ Utilisations à proscrire p. 8

**02/ Police de caractères** p.9

**03/ Couleur** p.10

**04/ Déclinaisons graphiques** p.11-12-13-14

**05/ Nous joindre** p.15

## 01/ Identité visuelle

Le présent cahier de normes graphiques a pour objectif d'assurer une utilisation cohérente et uniforme de la signature corporative de la Fédération du préhospitalier du Québec (FPHQ) dans tous les supports de communication.

La signature corporative est un élément central de l'identité visuelle de notre organisation. Elle comprend le logotype, la typographie, la couleur et les éventuels symboles ou slogans qui y sont associés.

L'image de marque de la FPHQ reflète pleinement sa personnalité. Elle repose sur une typographie simple et généreuse, agrémentée d'une couleur royale qui symbolise la confiance et la stabilité de notre organisation.

En intégrant une ligne de vie évoquant à la fois une fréquence radio et le symbole ambulancier, nous avons créé un logotype unique. Ce dernier sera porté fièrement par nos membres, que ce soit dans le cadre de leur travail ou dans leur vie quotidienne.

### NOTE

Ce guide a été conçu pour aider les intervenants qui auront à produire du matériel graphique.

Vous serez guidés dans différents scénarios d'utilisation des logotypes, de leurs couleurs et de leurs applications.

Il est recommandé aux utilisateurs de prendre connaissance de l'ensemble du guide pour l'application de la marque FPHQ.



## 01.1/ Présentation du logotype

Les éléments composant l'identité visuelle de la FPHQ ne doivent en aucun cas être modifiés ou dissociés (contour, ombrage, dégradé de couleur ou déformation).

L'identité inclut le symbole (ligne de vie) et la signature.

Deux versions sont approuvées (format plus carré et format horizontal) et l'utilisation dépendra de l'espace disponible ou des zones de protection exigées.



## 01.2/ Applications du logotype

Le logotype a été développé afin d'assurer une visibilité maximale en fonction du support sur lequel il est appliqué.



Logotype noir uni.



Logotype renversé sur couleurs contrastées

## 01.3/ Espace de protection

Pour que la signature FPHQ conserve son impact, il est important de laisser un minimum d'espace de protection autour du logotype, à l'intérieur duquel aucun autre élément distrayant ne peut être placé.



### NOTE

L'espace de protection du logotype, c'est-à-dire l'espace qui l'entoure et qui ne doit pas contenir d'élément visuel, correspond à la lettre **h** de la signature. (voir exemples avec le h pâle)

## 01.4/ Dimensions minimales

Afin d'assurer la lisibilité du logotype, sa taille minimale ne doit pas être inférieure à 30 mm en largeur. Ceci étant dit, la taille recommandée pour la majorité des imprimés papier est de 70 mm. Pour utilisation sur affiches et autres grands formats, la taille minimale ne devrait pas être inférieure à 120 mm.



### NOTE

Il est déconseillé d'utiliser le logotype sur une photo ou illustration et il importe de s'assurer que le contraste est suffisant pour permettre une lisibilité optimale.

**Il faut donc faire preuve de jugement dans le choix d'une position acceptable pour l'identification visuelle.**

## 01.5/ Utilisations à proscrire

L'identité graphique de la FPHQ doit être traitée avec rigueur et respect. Afin de lui conférer la valeur qu'elle mérite, certaines utilisations fautives sont à éviter. Voici quelques exemples.

Bien entendu, ces exemples ne représentent pas la totalité des mauvais usages. Nous comptons donc sur votre discernement et votre bon goût pour les éviter.

**Dans le doute, n'hésitez pas à consulter la FPHQ.**



1. Déformation du logotype



2. Changement de couleurs



3. Contraste insuffisant sur couleur



4. Utilisation du logotype sur une photo qui nuit à la lisibilité



5. Utilisation de la signature sans le symbole (ligne de vie) ou sans lettrage



6. Changement de police de caractères

### NOTE

N'oubliez pas que vous devez utiliser notre logotype tel quel, sans jamais l'altérer pour quelque raison que ce soit, ni dans sa couleur, ni dans sa forme.



## 02/ Police de caractères

L'utilisation constante des mêmes polices de caractères est essentielle à la cohérence de l'identité visuelle d'une marque et en assurer sa constance.

La police DM SANS a été choisie pour illustrer la robustesse et le caractère bien établi de la FPHQ, de même que son côté humain lorsqu'utilisée en minuscule.

**DM Sans bold**  
**AaBbCc0123**

**abcdefghijklmnopqrstuvxyzøå**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZØÅ**  
**1234567890\$%&@'\*(,.;:#!?)**

### NOTE

La police de caractères retenue par la FPHQ s'attache à l'image de marque de l'entreprise. Elle doit être utilisée dans toutes les publications externes de l'organisme qui ont un but promotionnel.

## 03/ Couleur

Afin de soutenir la notoriété du logotype FPHQ, il est primordial d'utiliser la couleur bleue sélectionnée dans les divers moteurs de diffusions promotionnels numériques ou traditionnels.



**Solide Couché**  
PANTONE 072 C

**RGB**  
27 / 63 / 148

**CMYK**  
C: 99,82 / M: 80,4 / J: 2,61 / N: 0,05

**WEB**  
#1B3F94

## 04/ Déclinaisons graphiques

Les exemples suivants vous permettront de prendre connaissance des grandes lignes de positionnement du logotype en ce qui a trait à la production d'outils promotionnels.

Ils ne constituent que la base des plus grands principes graphiques qui guideront l'image de marque pour les années à venir, et ce, sur les différents supports marketing.

### Déclinaison graphique exemple : Carte corporative



## Déclinaison graphique exemple : Papier en-tête



### Sous toutes réserves et sans préjudices

Montréal, 12 octobre 2024

#### Jérémie Corneau-Landry

Vice-président exécutif

201 avenue Laurier E Bureau 620, Montréal, Québec H2T 3E6

T. 1 800 661-1556

**OBJET :** Test 123456789

**Dossier:** ENTENTE xyz

---

Monsieur,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum."

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt.

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.



201 avenue Laurier E Bureau 620, Montréal, Québec H2T 3E6  
T. 1 800 661-1556 W. FPHQ.CA

## Déclinaison graphique exemple : Visuel promotionnel



La FPHQ  
souligne le  
mois de la  
sensibilisation  
au cancer  
du sein



Déclinaison graphique exemple : Vêtements

---



# Des questions sur l'identité visuelle ?

## 05/ Nous joindre

Pour de l'information ou pour faire approuver l'utilisation du logotype de la FPHQ, communiquez avec le département des communications et du marketing :

---



**Jérémie Corneau-Landry**  
Vice-président exécutif

La Fédération du préhospitalier du Québec (FPHQ)

201 avenue Laurier E Bureau 620, Montréal, Québec H2T 3E6

**T. 1 800 661-1556**

**E. [jeremielandry@fphq.ca](mailto:jeremielandry@fphq.ca)**

**W. [FPHQ.CA](http://FPHQ.CA)**



Document préparé pour la  
La Fédération du préhospitalier  
du Québec (FPHQ) par



Agence de créativité numérique

418 814-9519 ★ [info@finsrenards.com](mailto:info@finsrenards.com)