



Brand book



Sommaire

PARTIE 1 - STRATÉGIE DE MARQUE

- Manifeste
- Mission
- Valeurs

PARTIE 2 - IDENTITÉ DE MARQUE

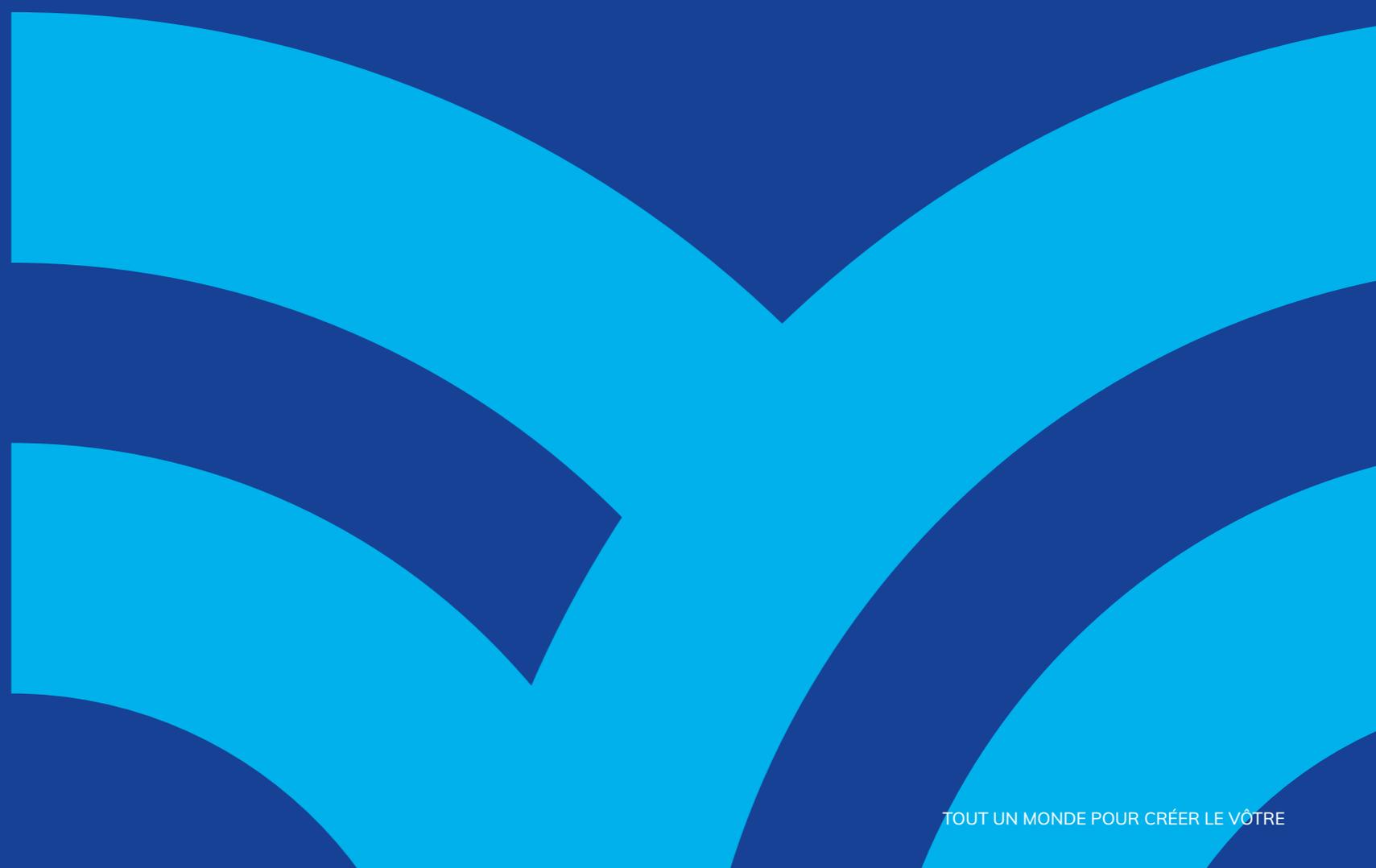
- Logo
- Couleurs
- Typographie

PARTIE 3 - TERRITOIRE DE MARQUE

- Édition
- Goodies

PARTIE 4 - CHARTE ÉDITORIALE

Stratégie de marque





MISSION

Contribuer au développement d'une économie Matanaise dynamique, ouverte et accueillante, en offrant un environnement et des conditions uniques pour que des entreprises s'implantent chez nous, et que des gens de partout s'y retrouvent afin de s'y accomplir personnellement et professionnellement.

VALEURS

LA VOLONTÉ DE FAIRE UNE DIFFÉRENCE

Mettre tout en place et ne négliger aucun effort afin de réussir le défi de revitaliser la région, au plus grand bénéfice de la collectivité toute entière.
Oser prendre les décisions qui forgeront la Matanie économique de demain.
Ouvrir la route, défricher, jeter les bases d'un succès qui fera l'envie de tous, et ne jamais baisser les bras.

LE TRAVAIL EN ÉQUIPE INCLUSIF

Faire tous les efforts du monde pour bâtir les ponts de la solidarité économique locale et régionale. Impliquer les joueurs clés, les écouter, les rallier, les mobiliser et célébrer ensemble les succès, petits et grands, en rendant à chacun justice pour sa contribution.

L'OUVERTURE SUR LA RICHESSE DU MONDE

Développer et entretenir une culture internationale, où les meilleures pratiques viennent de partout et d'ici, où la distance et la langue n'ont aucune importance et où le monde est notre terrain de jeu, sans complexes, sans jugement, sans contraintes.

LA PROMESSE COLLECTIVE D'ÊTRE 100% ACCUEILLANTS

Travailler d'arrache-pied à développer une culture d'accueil incomparable au sein des entreprises et des partenaires d'affaires de la région. Gagner le pari de l'ouverture, de l'écoute et du dépassement face aux besoins de l'autre, qu'elle soit la patronne d'une grande entreprise ou l'employé qui s'y accomplira.

Identité de marque

Logotype

LA BASE

Aucun élément constitutif du logo ne peut être modifié (couleur, typographie, dimensions, construction, etc.). Il ne peut être redessiné et doit toujours être reproduit à partir d'un document de référence de bonne qualité, fourni par la direction de la communication de Mataniexp.





LE CALAGE

Il est nécessaire de respecter une zone de protection ou espace de respiration du logotype, afin qu'aucun élément ne vienne perturber sa lisibilité. Cette zone se calcule en reportant l'épaisseur de l'accent, quelle que soit la taille envisageable du logo.

On obtient ainsi un cadrage imaginaire, qui délimite la zone de protection. Il est tout à fait envisageable d'imaginer un espace plus important.



TAILLE MINIMALE

Afin de garantir une bonne lisibilité de l'ensemble des éléments constituant le logotype, celui-ci ne doit pas être utilisé à une taille inférieure à 40 mm de large.

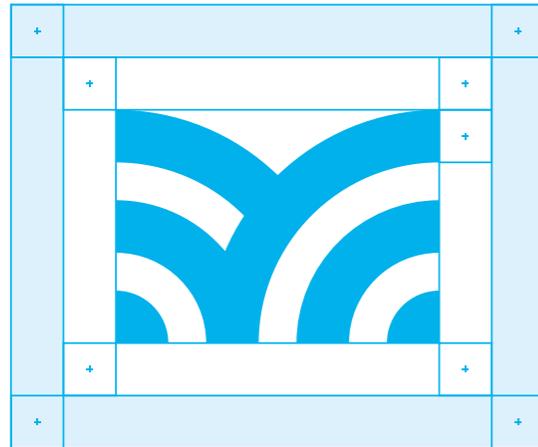


DÉCLINAISONS COULEURS

La version en couleur du logotype est à privilégier.

Quand son utilisation n'est pas possible techniquement, on pourra employer une des versions en niveau de gris, en réserve blanche ou monochrome présentées ci-dessous.







LES INTERDITS

Les principes qui régissent l'utilisation du logotype sont volontairement simples afin de garantir la force et la cohérence de son identité. Toutefois des erreurs sont toujours possibles.

Cette page présente les cas les plus courants. Ne pas déformer, incliner ou changer les proportions du logo. Ne pas attribuer une couleur qui n'est pas dans la charte de ce logo.



Couleurs

COULEURS PRINCIPALES

Dans tous les documents de communication, les couleurs principales constituent la base des différents univers associés aux thématiques.



C : 80
M : 0 R : 0
J : 0 V : 177
N : 0 B : 235 #00b1eb



C : 100
M : 80 R : 22
J : 0 V : 65
N : 0 B : 148 #164194

Typo graphie

TYPOGRAPHIE

La typographie utilisée comme base du logotype et des différents éléments graphiques est la MULI. Cette police de caractère linéale et très grasse permet d'être impactante et d'avoir une bonne lisibilité, tout en étant très moderne.

Sa grande diversité de graisses et de glyphes permet une bonne hiérarchisation des contenus textuels. On l'utilisera dans sa version BOLD pour les titres et dans sa version REGULAR pour les textes courants.

Appartenant à la famille des linéales, cette police de caractère confère des valeurs de modernité, de simplicité et d'élégance, à l'image de la marque.

Le fait de l'utiliser en bas de casse ajoutera humanisme, sympathie et douceur.

MULI BOLD

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 0123456789 .,:/##@«(&)»!?

MULI MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 0123456789 .,:/##@«(&)»!?

MULI REGULAR

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 0123456789 .,:/##@«(&)»!?

MULI ITALIC

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 0123456789 .,:/##@«(&)»!?

TITRES
 MULI
 BOLD/ CAPITAL

**CECI EST UN
 EXEMPLE DE TITRE**

SOUS-TITRES
 MULI
 MEDIUM/ CAPITAL

EXEMPLE DE SOUS-TITRE

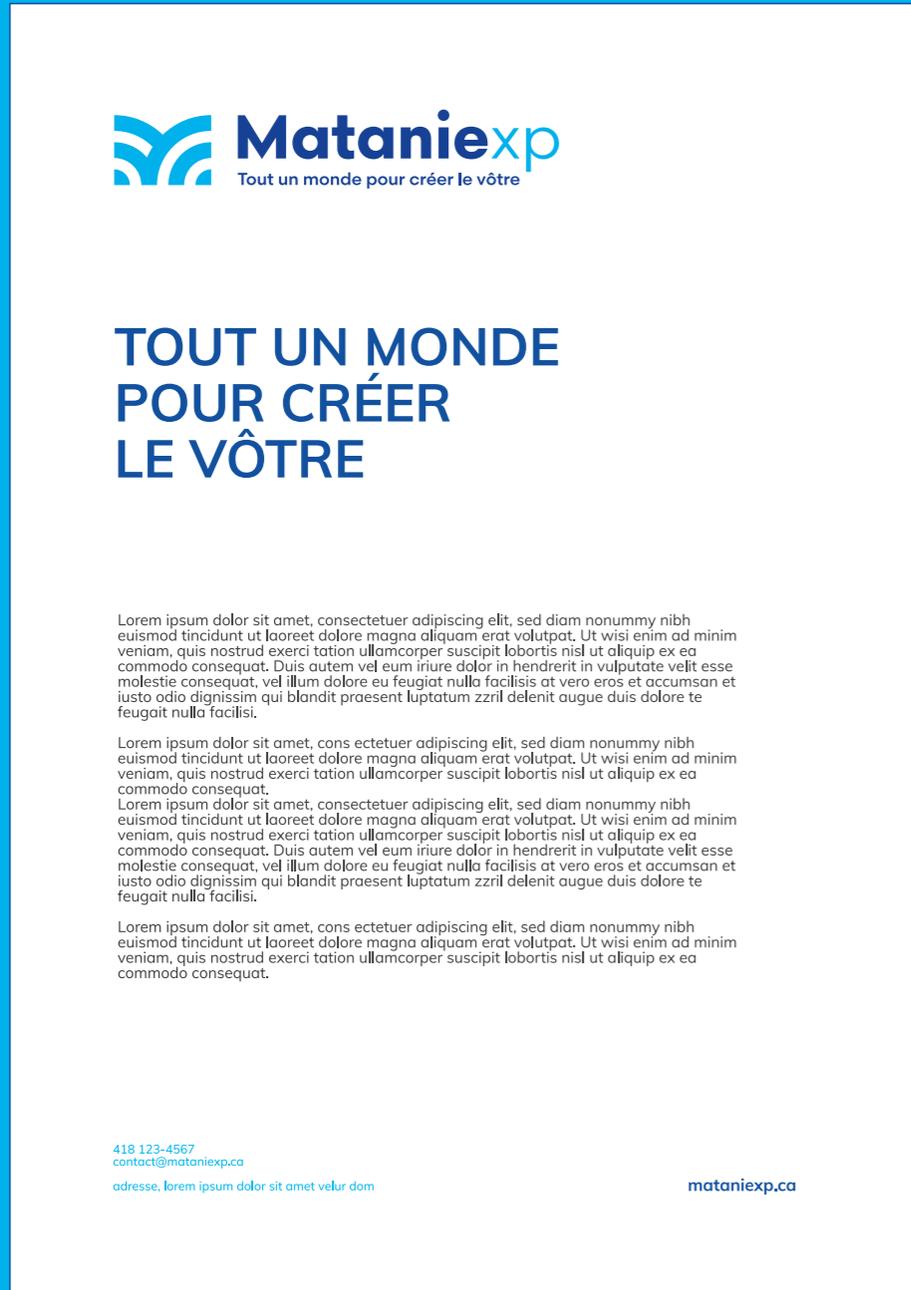
TEXTES DE LABEUR
 MULI
 REGULAR / BAS DE CASSE

Ceci est un exemple de paragraphe. Ducondum que mussidelic mo co vidit, ca nihiliciis, tatum eresili ctorure et dit fat. Valabef auridiuret vividem ingulis. mei ina, Patrum faut dem sulin tem te pris hocavo, nonlos Ad aperemus tempopote pestabe.

Territoire de marque

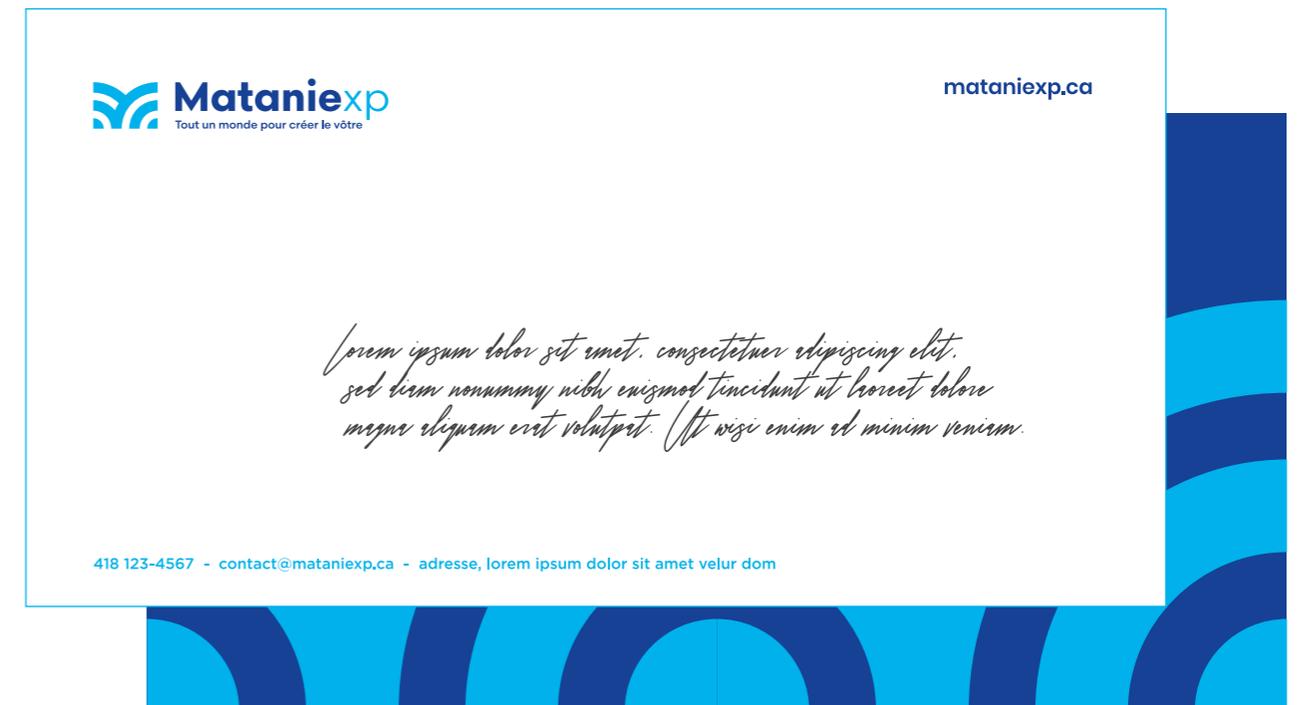
Édition





Papier en-tête

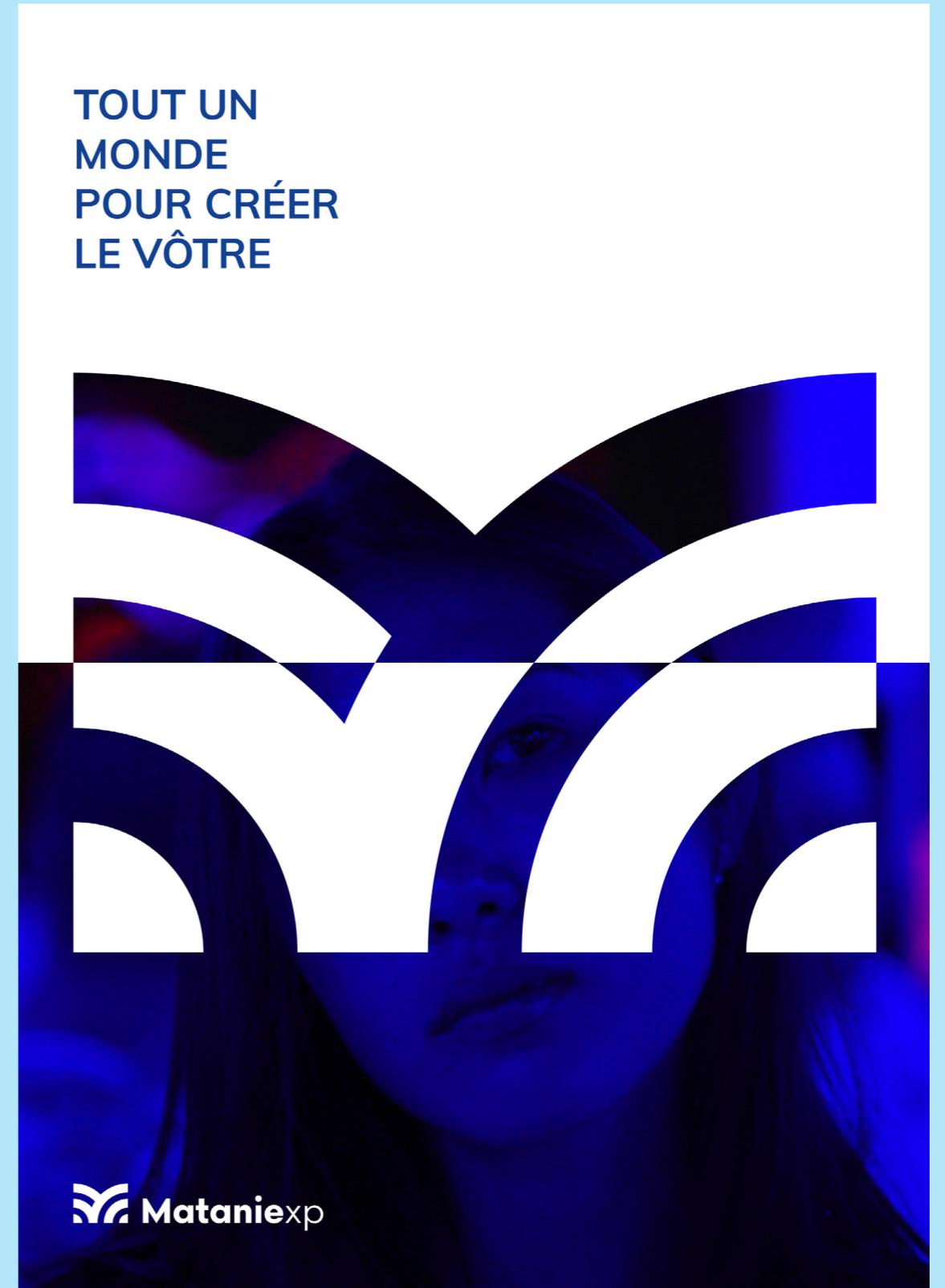
Carte de visite

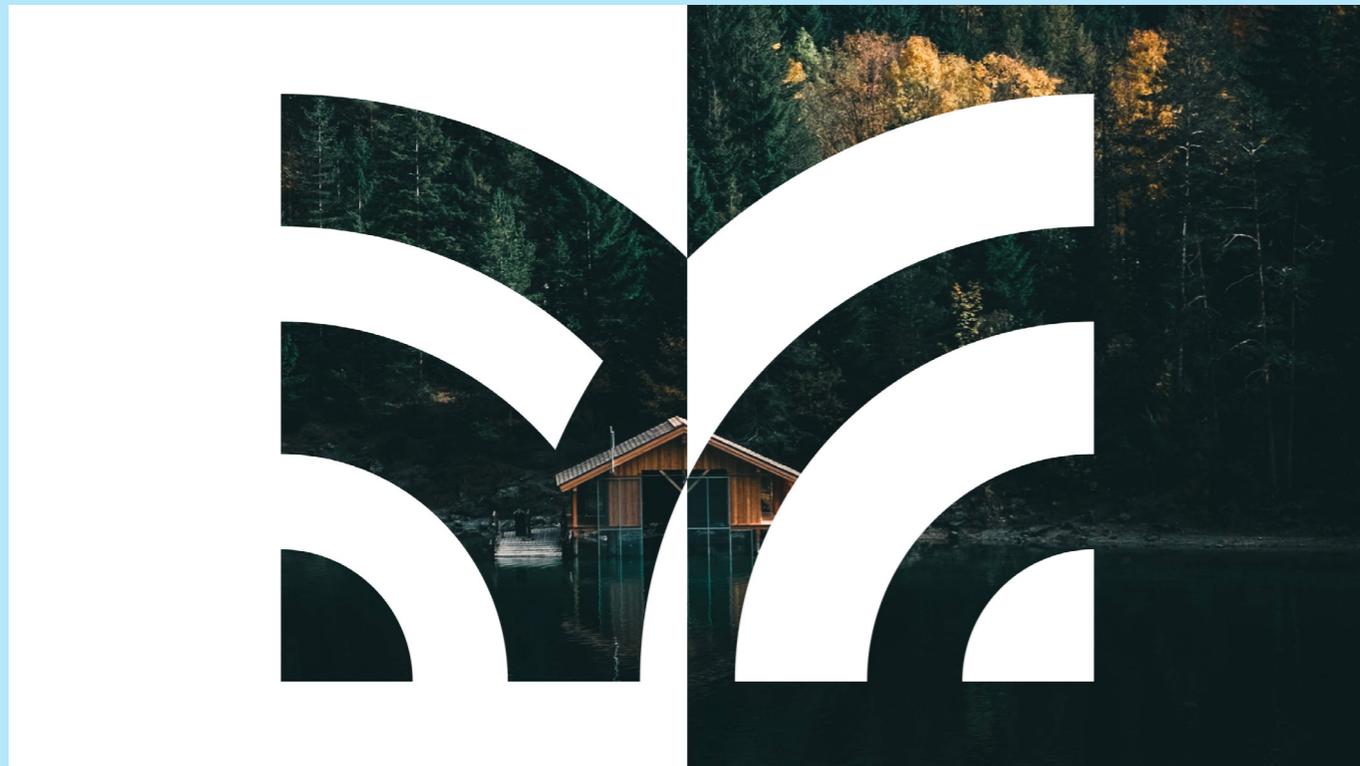


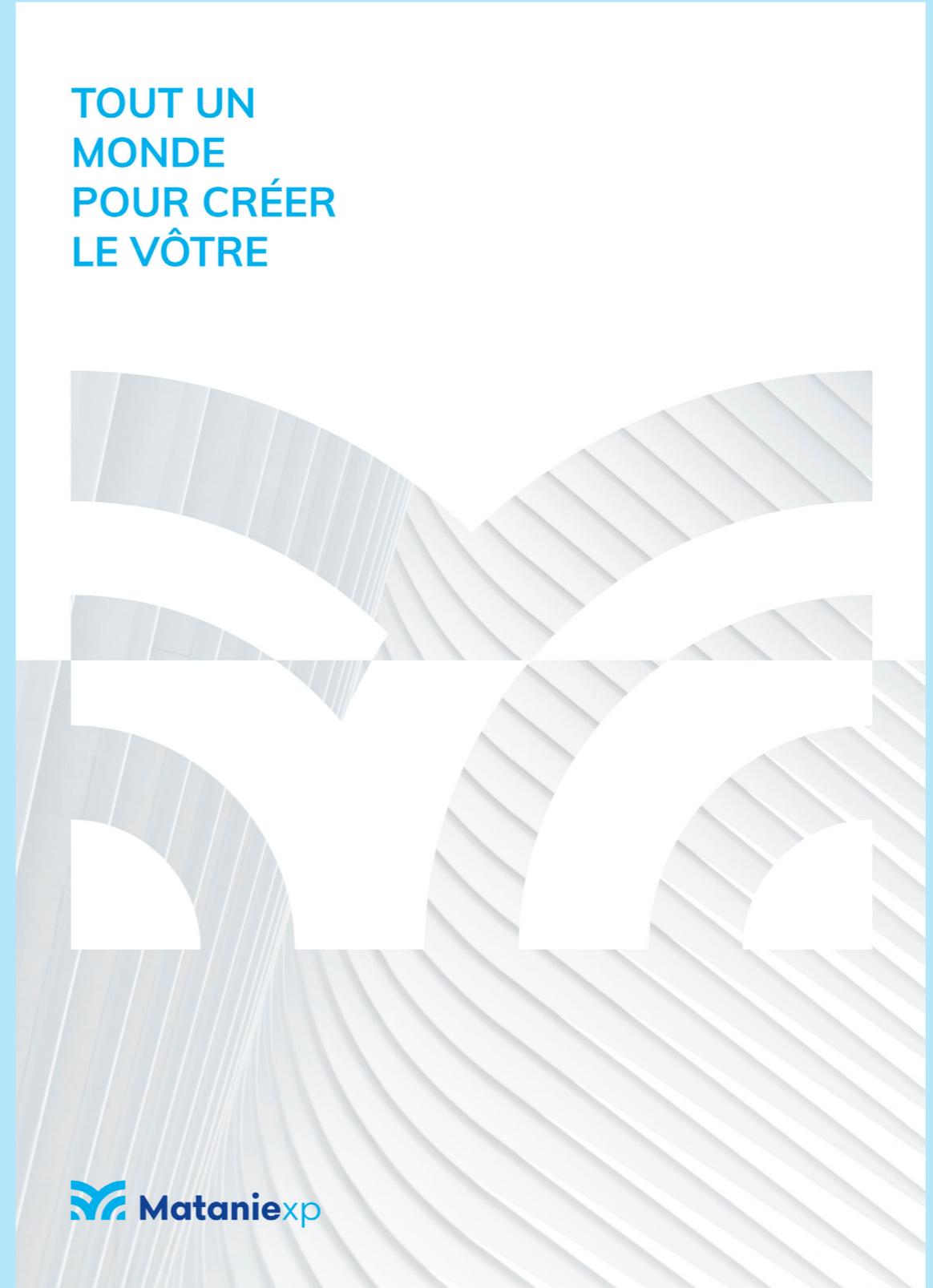
Carte de correspondance











TOUT UN
MONDE
POUR CRÉER
LE VÔTRE



Charte éditoriale

EXPLOITER NOTRE POTENTIEL.

Soyons ouverts dans les mots comme nous le sommes dans la vie.

Dans un territoire immense propice à de nombreuses activités, il est important de parler à tout le monde, d'être inclusif et positif. Nous avons la chance d'avoir de nombreux thèmes à aborder, de nombreuses facettes à mettre en valeur pour avoir un registre lexical riche et varié.

Nature, sport, entrepreneuriat, innovation, culture...

il est important d'aborder autant de thèmes que possible pour séduire un large panel de destinataires.

EXPLIQUER SINCÈREMENT.

Quand on est conscient de ses atouts, on n'a pas besoin d'en faire des tonnes.

La Matanie rassemble suffisamment de bonnes raisons d'y habiter et d'y investir pour nous permettre de ne pas en inventer. Se prendre pour quelqu'un d'autre ne mène à rien. Faire des promesses intenable est risqué. En revanche, chaque point abordé doit être défendu avec conviction, pédagogie et bienveillance.

S'EXPRIMER AVEC ESPRIT.

Parce qu'être attractif n'est pas qu'une question de séduction superficielle, c'est aussi susciter de l'intérêt et obtenir du crédit grâce à sa façon de s'exprimer et au fond de son propos.

C'est pourquoi nous tiendrons à toujours faire preuve d'esprit dans nos prises de parole.

Pour intensifier l'impression de connivence entre le territoire et sa cible, il est primordial de s'exprimer chaleureusement, d'humain à humain, et non comme une institution froide et austère.

EXPLORER HORS DES SENTIERS BATTUS.

Ce document a pour unique objectif de déclarer les principes généraux et établir les règles de base de la communication du territoire. Or, le langage, la société, les façons de s'exprimer... tout est amené à évoluer. Ce document n'a donc pas vocation à brider des velléités créatives, à condition que celles-ci se fassent en concertation avec le responsable de marque et n'entrent pas en contradiction directe avec les sujets abordés ici-même.



Mataniexp
Tout un monde pour créer le vôtre

