

# GUIDE DE MARQUE 2023



FONDATION  
RICHELIEU  
INTERNATIONAL  
Aider. c'est dans notre nature

[richelieu.org](http://richelieu.org)



# SOMMAIRE

## **PARTIE 1 STRATÉGIE DE MARQUE**

- Manifeste
- Mission
- Vision
- Valeurs

## **PARTIE 2 IDENTITÉ DE MARQUE**

- Logotype
- Couleurs
- Typographie

## **PARTIE 3 TERRITOIRE DE MARQUE**

- Papeterie
- Applications
- Réseaux sociaux

## **PARTIE 4 CHARTE ÉDITORIALE**



## AVANT-PROPOS

# POURQUOI UN GUIDE DE MARQUE ?

Ce document de travail contient l'ensemble des règles de fonctionnement et d'identité graphique de la marque de la Fondation Richelieu International. Il a pour objectif d'unifier tous les supports de communication de la marque afin de créer une cohérence graphique sur l'ensemble des documents et communications qu'elle produit.

Ainsi, cette charte permettra de renforcer l'image de marque de la Fondation Richelieu en assurant une constance dans son expression.

# STRATÉGIE DE MARQUE



# NOTRE MANIFESTE

Pour prendre soin de nos enfants,  
Il faut prendre soin de la planète dont ils hériteront un jour.

Parce que le respect de l'environnement débute par l'éducation,  
Nous souhaitons nous impliquer,  
Pour leur donner les bons outils,  
Et pour qu'ils puissent à leur tour,  
Léguer un avenir plus vert à leurs enfants.

Parce qu'il y a urgence d'agir,  
Et qu'il est absolument crucial de prendre les bonnes actions maintenant,  
Parce que nous sommes tous concernés  
Et parce que le sort de notre planète est entre nos mains,  
Nous assumons notre responsabilité sociale.

Par nos actions, nous voulons inspirer les jeunes.  
Leur donner l'audace d'agir et d'entreprendre  
Et leur démontrer que vivre sur une terre en santé,  
En harmonie avec la nature, c'est plus que possible...  
C'est impératif!

La fondation Richelieu-International,  
Ce sont des milliers de membres investis  
Impliqués pour que les générations futures  
Puissent s'épanouir dans un monde plus vert. Ou meilleur

Parce qu'aider c'est dans notre nature

## NOTRE MISSION

Appuyer des projets pour et par les jeunes francophones, ayant une préoccupation environnementale

## NOTRE VISION

Être un accompagnateur financier pour la jeunesse

## NOS VALEURS

La Fondation Richelieu-International adhère aux valeurs fondamentales du Richelieu international que sont l'engagement, le respect, l'égalité et l'inclusion et y ajoutent la bienveillance et l'environnement.

## NOS ATTRIBUTS

- Volet éducatif fort
- Jeunesse francophone
- Pérennité par la jeunesse
- Souplesse d'action
- Seule fondation liée aux clubs de service tournée vers l'environnement

## AVANTAGES FONCTIONNELS

- Alliée des communautés
- Administrée par des bénévoles
- Adhésion des clubs aux projets
- Impliquée globalement et localement

## PERSONNALITÉ ET CULTURE

- Fondation internationale
- Axée sur l'environnement
- Visionnaire pour la jeunesse
- Éducative
- Philanthropique
- Intégrité morale

# 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 du Groupe HD.



## LA SIGNATURE

La signature de marque utilise les mots pour exprimer son identité. Souvent définie comme un « slogan », la signature se veut concise et frappante, afin de véhiculer l'idée principale de ce que représente la marque. Elle accompagne la marque et peut s'appliquer à tous les moyens de communication.

Signature de marque | **Aider, c'est dans notre nature**

## LE LOGO SECONDAIRE

Le logo secondaire permet d'étendre la notoriété de la marque en ajoutant une dimension supplémentaire à l'identité visuelle. Il offre une flexibilité d'utilisation sur différentes plateformes et supports graphiques tout en maintenant la reconnaissance de la marque.



## LES ICÔNES

Afin de renforcer l'identité graphique de la Fondation Richelieu, des icônes ont été créés. Dans un souci de cohérence, leur couleur s'adapte selon la charte définie. Ces icônes peuvent être utilisés individuellement sur les supports de communication afin de nourrir le territoire graphique de la marque.



## 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 la hauteur du creux du «R», 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.



## LA 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 28 mm de large lorsqu'il est utilisé seul et à 50 mm lorsqu'il est utilisé avec la signature de marque.



## LES 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.



Ne pas étirer à la verticale.



Ne pas étirer à l'horizontal.



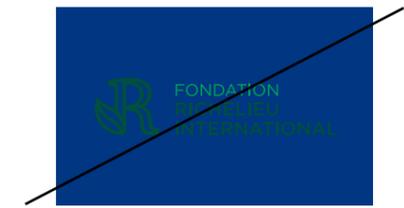
Ne pas faire de rotation.



Ne pas changer le positionnement des éléments constituant du logo.



Le logotype ne peut être utilisé dans une couleur qui n'est pas dans la charte de ce logo.



Éviter les agencements de couleurs qui nuisent à la lisibilité.

# COULEURS

## LES COULEURS

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

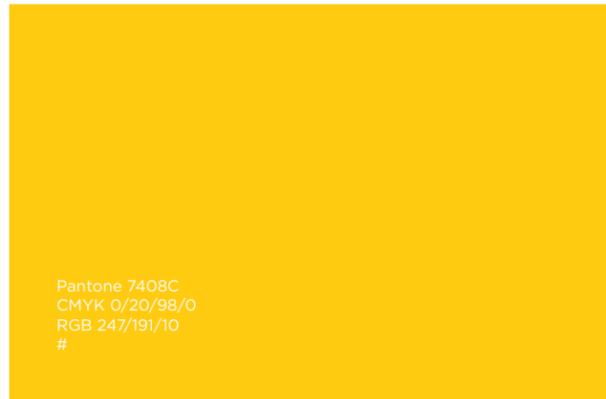


Pantone 3305C  
CMYK 93/13/61/62  
RGB 0/79/68  
#004F44

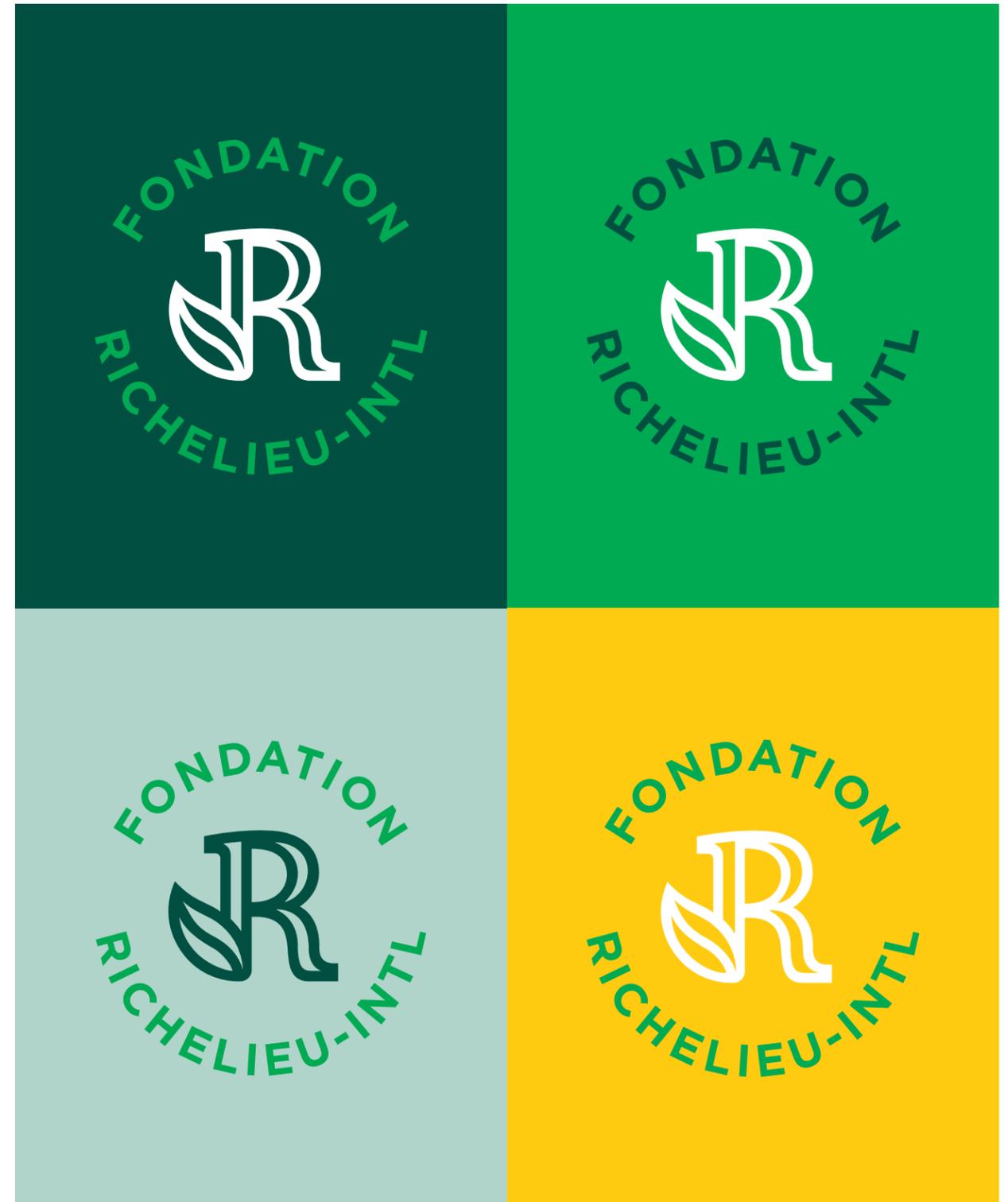
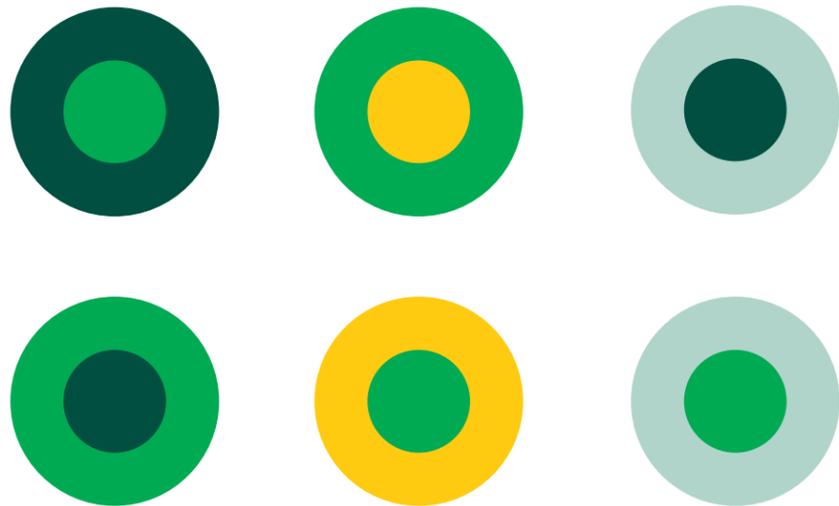


Pantone 2252C  
CMYK 92/0/96/0  
RGB 0/167/73  
#00A749

## LES COULEURS SECONDAIRES



## COMBINAISONS DE COULEURS



# TYPO- GRAPHIE

## LA TYPOGRAPHIE

La typographie utilisée comme base du logotype et des différents éléments graphiques est la GOTHAM. 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 BOOK 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.

### GOTHAM BOLD

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstu**  
**vwxyz**  
**0123456789 .,:;/#@«(&)»!?**

### GOTHAM MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstu**  
**vwxyz**  
**0123456789 .,:;/#@«(&)»!?**

### GOTHAM BOOK

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstu**  
**vwxyz**  
**0123456789 .,:;/#@«(&)»!?**

### GOTHAM BOOK ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ***  
*abcdefghijklmnopqrstu*  
*vwxyz*  
*0123456789 .,:;/#@«(&)»!?*

TITRES  
GOTHAM  
BOLD/MAJUSCULES

# CECI EST UN EXEMPLE DE TITRE

SOUS-TITRES  
GOTHAM  
BOLD/MAJUSCULES

## EXEMPLE DE SOUS-TITRE

TEXTES COURANT  
GOTHAM  
BOOK / 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



# APPLI- CATIONS



 **FONDATION  
RICHELIEU  
INTERNATIONAL**

**Adresse** 180 boul. Mont-Bleu #206, Gatineau (QC) J8Z 3J5  
**Sans frais** 1 800 267-6525 **Direct** 1 613-742-6911  
**Courriel** international@richelieu.org

**Aider, c'est dans notre nature**



Lorem ipsum dolor sit amet

aut eium fuga. Nullamus, odi ad erum expella sene estemquamus, unt et ut eum con re, ipsum qui cum faceaquibus conecum nonsent parior si ra sim et haribus intibeatum aut laut eum dit faccumq uatias as nulpa nimodis alit aut la pres moluptati quos adis peresent ent.

Officitem exceatis delectio elestrum eaquia vollaut aut mi, si ut ut odi omnihitincte arcipsa cusdaeperci optaqua temperati quatur, volore velendanis andit, sam dolorestium harchil laborum voluptatio eratin recti num id quos elliciist ullorita dicatemperi namus dolorat enimenissita cus, ium sentiorrorum inum auta none consenim utecaestem veliquo voluptatist, ne denecte coremporeri doluptas si ullanis nam que pe voluptas estio. Nam explant ant endit aligentorem ium enemporat untectiorum faccae ipsam repedissit re cusa dolum nobis vero corio quia aliquam rehenite offici adipsam usciis endae porerio te laborum quia voluptas erferibus acitam quam.

Everuptatur ad maiosti nobis et labo. Ulparci ducias dolut rerrum hicipie ndendam rerunt evel isciis dolore destis et quos asimiliquam, nis et licia volorpore quam alibea nimagnatur atianim quae doluptist anis magnimusciae que comnihicium nusae adi arcid moluptatquo illutet que dolende.

Officitem exceatis delectio elestrum eaquia vollaut aut mi, si ut ut odi omnihitincte arcipsa cusdaeperci optaqua temperati quatur, volore velendanis andit, sam dolorestium harchil laborum voluptatio eratin recti num id quos elliciist ullorita dicatemperi namus dolorat enimenissita cus, ium sentiorrorum inum auta none consenim utecaestem veliquo voluptatist, ne denecte coremporeri doluptas si ullanis nam que pe voluptas estio. Nam explant ant endit aligentorem ium enemporat untectiorum faccae ipsam repedissit re cusa dolum nobis vero corio quia aliquam rehenite offici adipsam usciis endae porerio te laborum quia voluptas erferibus acitam quam.

Officitem exceatis delectio elestrum eaquia vollaut aut mi, si ut ut odi omnihitincte arcipsa cusdaeperci optaqua temperati quatur, volore velendanis andit, sam dolorestium harchil laborum voluptatio eratin recti num id quos elliciist ullorita dicatemperi namus dolorat enimenissita cus, ium sentiorrorum inum auta none consenim utecaestem veliquo voluptatist, ne denecte coremporeri doluptas si ullanis nam que pe voluptas estio. Nam explant ant endit aligentorem ium enemporat untectiorum faccae ipsam repedissit re cusa dolum nobis vero corio quia aliquam rehenite offici adipsam usciis endae porerio te laborum quia voluptas erferibus acitam quam.

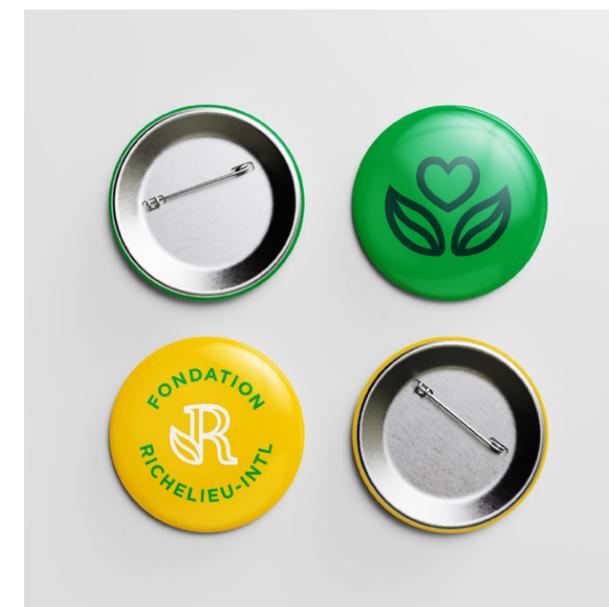
Officitem exceatis delectio elestrum eaquia vollaut aut mi, si ut ut odi omnihitincte arcipsa cusdaeperci optaqua temperati quatur, volore velendanis andit, sam dolorestium harchil laborum voluptatio eratin recti num id quos elliciist ullorita dicatemperi namus dolorat enimenissita cus, ium sentiorrorum inum auta none consenim utecaestem veliquo voluptatist, ne denecte coremporeri doluptas si ullanis nam que pe voluptas estio. Nam explant ant endit aligentorem ium enemporat untectiorum faccae ipsam repedissit re cusa dolum nobis vero corio quia aliquam rehenite offici adipsam usciis endae porerio te laborum quia voluptas erferibus acitam quam.

Adresse 180 boul. Mont-Bleu #206, Gatineau (QC) J8Z 3J5  
Sans frais 1 800 267-6525 Direct 1 613-742-6911

[richelieu.org](http://richelieu.org)



**FR** FONDATION  
RICHELIEU  
INTERNATIONAL







**AIDER, C'EST  
DANS NOTRE  
NATURE**

[richelieu.org](http://richelieu.org)



FONDATION  
RICHELIEU  
INTERNATIONAL

Aider, c'est dans  
notre nature  
[richelieu.org](http://richelieu.org)

**AIDER,  
C'EST  
DANS  
NOTRE  
NATURE**



[richelieu.org](http://richelieu.org)





**AIDER,  
C'EST  
DANS  
NOTRE  
NATURE**

[richelieu.org](http://richelieu.org)



Aider, c'est dans  
notre nature  
[richelieu.org](http://richelieu.org)



Aider, c'est dans  
notre nature  
[richelieu.org](http://richelieu.org)



FONDATION  
RICHELIEU  
INTERNATIONAL

Aider, c'est dans  
notre nature  
richelieu.org



FONDATION  
RICHELIEU  
INTERNATIONAL

Aider, c'est dans  
notre nature  
richelieu.org



FONDATION  
RICHELIEU  
INTERNATIONAL

Aider, c'est dans  
notre nature  
richelieu.org

**AIDER,  
C'EST  
DANS  
NOTRE  
NATURE**



richelieu.org



RICHELIEU  
INTERNATIONAL

Aider, c'est dans  
notre nature  
richelieu.org



RICHELIEU  
INTERNATIONAL

Aider, c'est dans  
notre nature  
richelieu.org

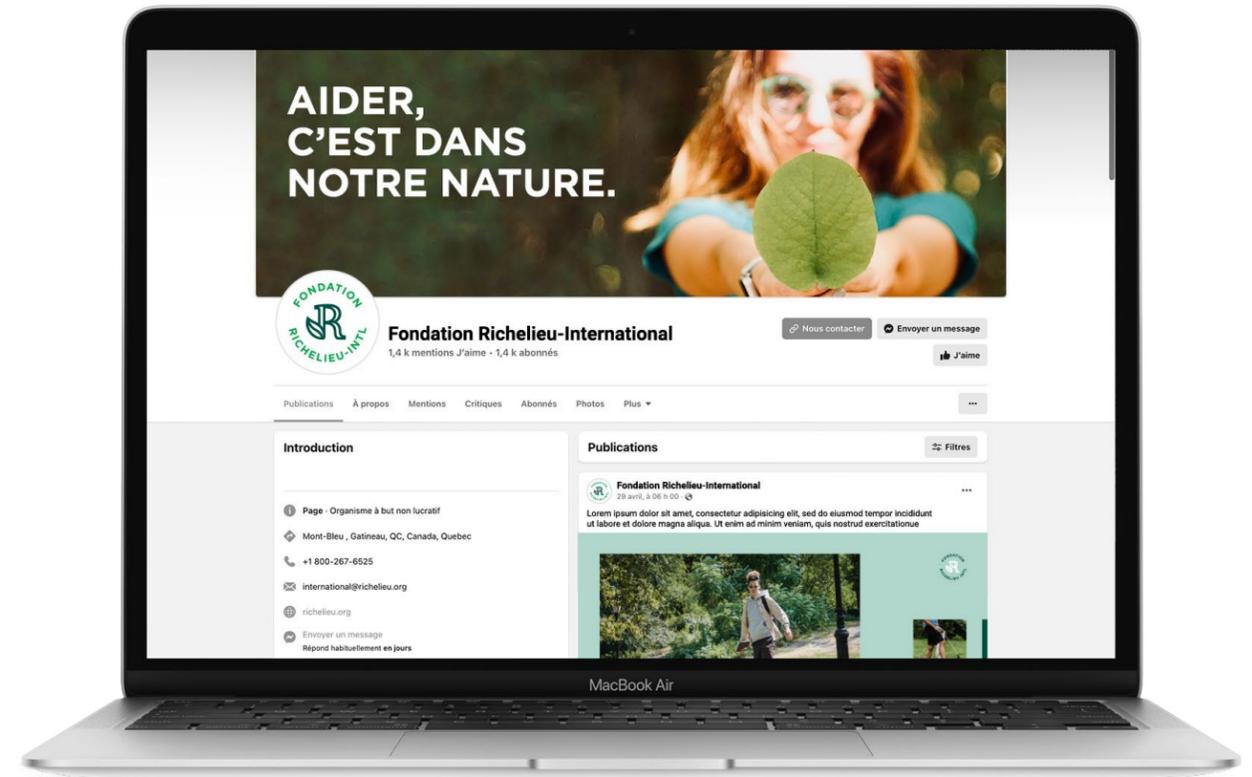
**AIDER,  
C'EST  
DANS  
NOTRE  
NATURE**



richelieu.org

# RÉSEAUX SOCIAUX





# CHARTRE ÉDITORIALE



## NATURELLEMENT TOURNÉS VERS LA JEUNESSE

Ayant pour mission d'appuyer moralement et financièrement les initiatives à visée environnementales privilégiant la jeunesse en francophonie, nous nous adressons en premier lieu aux générations précédentes qui forment l'essentiel de nos donateurs.

Lorsque nous nous adressons à notre communauté de donateurs, nous les invitons à se tourner avec nous vers la jeunesse, et à lui donner les moyens d'agir pour un avenir meilleur.

### Exemples de taglines

« Donnons des moyens aux jeunes, et non pas des leçons »

« Agissons pour la jeunesse qui veut agir pour la planète »

« Donnons à la jeunesse les moyens de croire en demain »

## NATURELLEMENT PORTÉS SUR LA FRANCOPHONIE

Nous sommes profondément attachés à la francophonie et à la diversité culturelle qu'elle englobe. Nos prises de parole s'attachent à promouvoir les initiatives environnementales portées par la jeunesse, en mettant en valeur les projets et les acteurs qui agissent positivement pour la planète dans les pays francophones.

Enfin, nous veillons à ce que notre communication soit accessible à l'ensemble de la communauté francophone, en utilisant un langage clair, simple et inclusif.

### Exemples de taglines

« La jeunesse francophone a son mot à dire sur l'avenir de la planète »

« Sur les problématiques environnementales, nous parlons aussi la même langue »

« Une même langue, une même jeunesse, une même conscience environnementale »

## NATURELLEMENT ENGAGÉS POUR LA PLANÈTE

Nous cherchons à informer et à sensibiliser nos donateurs sur les enjeux environnementaux majeurs auxquels notre planète fait face, et auxquels la jeunesse francophone doit pouvoir trouver les moyens de répondre.

La protection de l'environnement est au cœur de nos différentes prises de parole et nous cherchons à inspirer auprès de notre audience la volonté d'agir en contribuant aux efforts de la jeunesse sur cette thématique.

### Exemples de taglines

« Aidons la jeunesse à prendre l'avenir de leur planète en main »

« Soutenons ensemble les idées fraîches pour la planète »

« Misons sur la jeunesse pour mieux investir pour la planète »



