

savoir. média

Table des matières

1. Logotype	03
Logotype	04
Construction, zone de protection et taille minimale	05
Version abrégée	06
Couleurs du logo	07
Usages inacceptables	08
2. Couleurs	09
Couleurs officielles	10
Couleurs complémentaires	11
3. Typographie	12
Police de caractères	13
Plain Medium	14
Paramètres Opentype	15
Approche et crénage	16
Utilisation des minuscules	17
Tailles et graisses	18
Police de remplacement	19
4. Concept rédactionnel	20
Principe de base	21
Association d'images	22
5. Habillage	23
Grille typographique	24
Tailles typographiques	25
Signature	26
Animation : Balayage de l'écran	27
Animation : ID 10 secondes	28
Écrans avec grille	29
Vitrine étudiante	30
Bande-annonce télé	31
Bande-annonce web	32

1.

Logotype

Le logotype a été conçu pour faire écho à l'adresse web de la plateforme : savoir.media. Par la présence du point et de l'espace important qui le succède,

le mot savoir devient distinct et affirme sa présence. Il pourra ensuite être mis à profit dans différents contextes de communication de communication.

savoir. média

Logotype

Construction,
zone de protection et
taille minimale

L'espace entre « savoir. » et « média »
équivalent à la largeur de la lettre « o ».
La même mesure est utilisée comme zone
de protection autour du logo.

À l'imprimé, le logotype ne devrait pas être
reproduit à une taille inférieure à 0,7 pouce.
À l'écran, il ne devrait pas faire moins de
50 pixels de large.



savoir. média

50 px
ou
0.7po

Lorsque le logotype doit être reproduit en très petit format, prenons par exemple les avatars des médias sociaux, la version abrégée peut être utilisée.



savoir. média

savoir. média

savoir. média

savoir. média

savoir. média

savoir. média

savoir. média

savoir. média

savoir.
média

savoir. média

savoir. média

savoir. média

savoir. média

savoir. média

savoir. média

2.

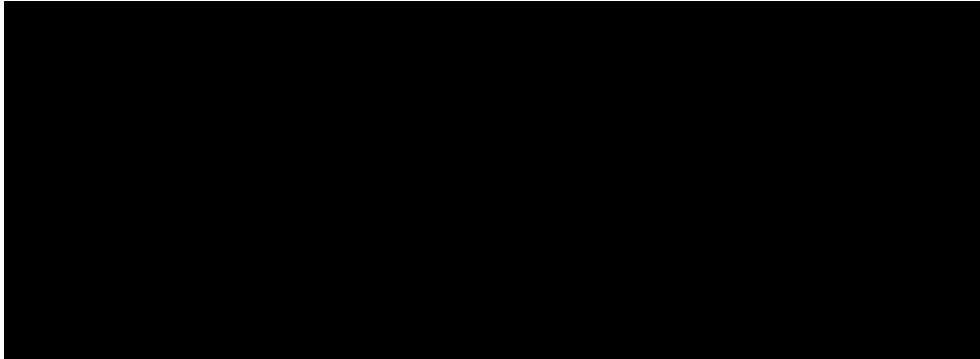
Couleurs

Couleurs

Couleurs officielles

Les outils de communication de la marque devront utiliser la palette officielle ci-dessous. À l'écran, la signature de Savoir Média doit toujours apparaître sur l'une des 4 couleurs officielles.

Lorsqu'une seule couleur est nécessaire et que vous êtes dans le doute, veuillez utiliser le orange. Il s'agit de la couleur phare de l'identité.



Noir

R 0	C 0	#000000	Pantone
G 0	M 0		Black U
B 0	Y 0		
	K 100		



Blanc

R 255	C 0	#FFFFFF	
G 255	M 0		
B 255	Y 0		
	K 0		



Orange

R 255	C 0	#FF4600	Pantone
G 70	M 86		Orange
B 0	Y 100		021 U
	K 0		



Jaune

R 244	C 0	#F4A712	Pantone
G 167	M 32		109 U
B 18	Y 100		
	K 0		



Vert

R 0	C 90	#00783C	Pantone
G 120	M 30		355 U
B 60	Y 100		
	K 15		



Bleu

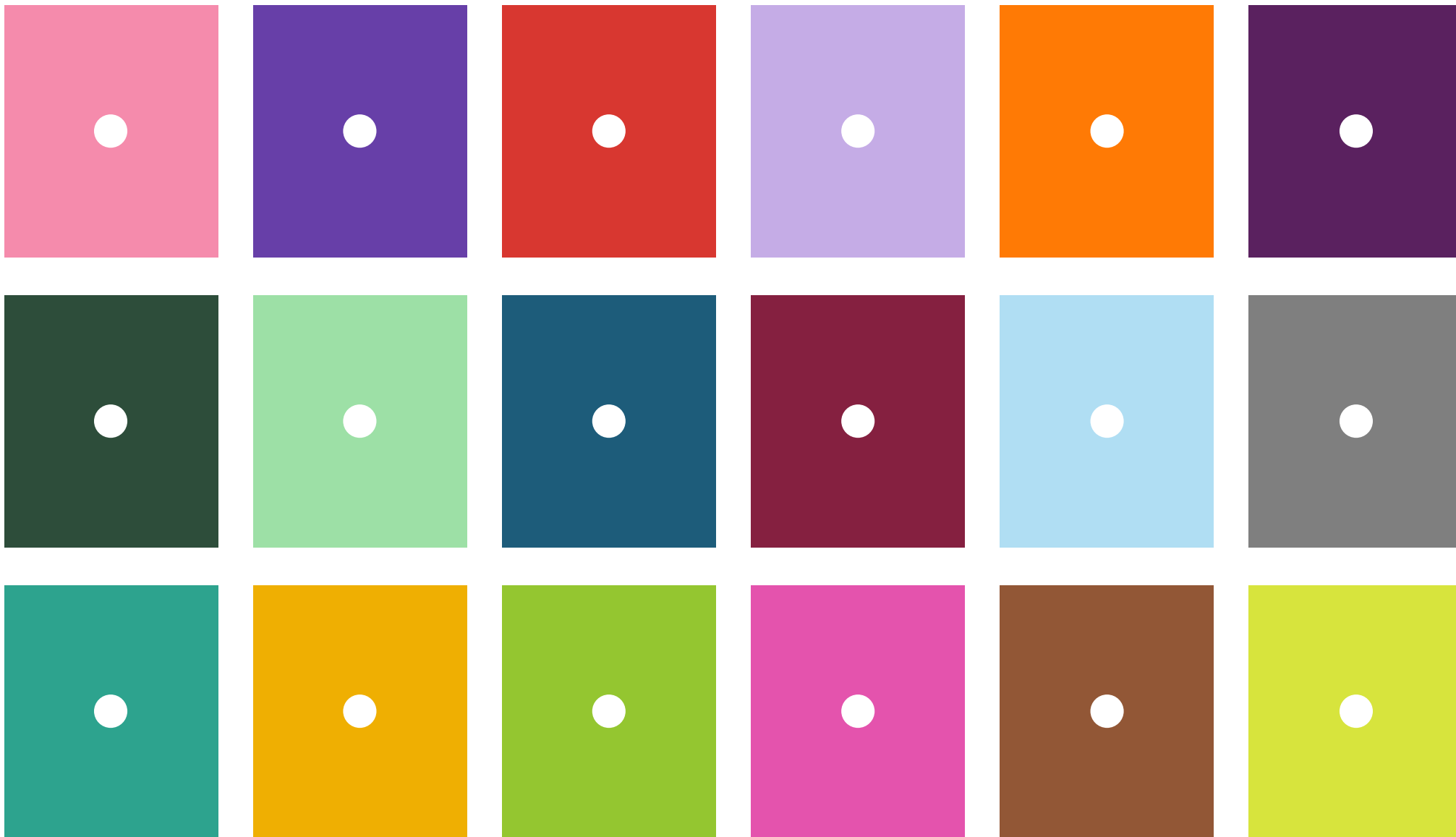
R 30	C 100	#1E46B4	Pantone
G 70	M 80		300 U
B 180	Y 0		
	K 0		

Couleurs

Couleurs complémentaires

Les bandes-annonces web et télé peuvent utiliser d'autres couleurs que celles de la palette officielle. Les couleurs complémentaires ne sont pas contraintes à l'éventail des couleurs présentées ci-bas.

Vous pouvez utiliser toutes autres couleurs qui s'agencent bien avec le contenu vidéo présenté. Assurez-vous que les couleurs choisies offrent un contraste suffisant avec la typographie blanche.



3.

Typographie

La typographie est une composante essentielle à l'identité de la marque. La police de caractères Plain, dessinée par François Rappo, fut choisie pour ses formes arrondies et sa lisibilité optimale à diverses tailles de reproduction.

Aa Gg

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l
m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! @ # \$ % ? & () ↗ ↘ ← ↑ → ↓

✗ Style de chiffres par défaut

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

✓ Chiffres alignés proportionnels

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Plus le texte est gros, plus l'interlettrage doit être serré. Veuillez ajuster l'approche des caractères pour suivre cette règle. Notez que l'interlettrage des textes courant doit être à 0.

Le crénage, est l'ajustement de l'espace-ment entre certaines paires de lettres d'une police. Il doit être laissé à « Métrique ». De cette façon, l'espace entre ces paires de lettres sera optimal, réglé conformément à l'intention du dessinateur de la police. Ne pas utiliser l'option « Optique ».

✗ Approche à 10 avec crénage optique

pourquoi

✓ Approche à -35 avec crénage métrique

pourquoi

**unis sous le drapeau
de garde 24/7
les secret de l'uranium
en mouvement
la guerre d'hollywood
marie-jo bouchard**

Pour ce qui est des applications typographiques informatives, comme le site web et les infolettres, un formatage standard – avec capitales – doit être utilisé. Les titres ainsi que les courts textes de moins de 50 mots doivent être formatés en Plain Medium. Les textes plus longs devront être composés en Plain Regular.

L'interlignage des titres se doit d'être serré. Veuillez régler l'interlignage des titres à un nombre égal ou inférieur à la taille du texte. Pour ce qui est des textes courants, veuillez ajuster l'interlignage à 2 pt de plus que la taille du texte. Voici quelques exemples de ces rapports de proportions.

40/35 pt Medium

Le Québec et le monde

26/24 pt Medium

Le Québec et le monde

18/17 pt Medium

Le Québec et le monde

13/13 pt Medium

Le Québec et le monde

15/17 pt Medium : Texte court

Découvrez les cinquante ans d'action internationale du Québec à travers le point de vue de ses bâtisseurs, d'hier à aujourd'hui.

13/15 pt Medium : Texte court

Découvrez les cinquante ans d'action internationale du Québec à travers le point de vue de ses bâtisseurs, d'hier à aujourd'hui.

10/12 pt Regular : Texte long

Découvrez les cinquante ans d'action internationale du Québec à travers le point de vue de ses bâtisseurs, d'hier à aujourd'hui. Tout en faisant la lumière sur les moments marquants de son émergence sur la scène mondiale, l'émission témoigne des retombées des relations internationales pour la société québécoise.

8/10 pt Regular : Texte long

Découvrez les cinquante ans d'action internationale du Québec à travers le point de vue de ses bâtisseurs, d'hier à aujourd'hui. Tout en faisant la lumière sur les moments marquants de son émergence sur la scène mondiale, l'émission témoigne des retombées des relations internationales pour la société québécoise. Découvrez les cinquante ans d'action internationale du Québec à travers le point de vue de ses bâtisseurs, d'hier à aujourd'hui. Tout en faisant la lumière sur les moments marquants

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 !@#\$%?&()

4.

Concept
rédactionnel

Concept rédactionnel

Principe de base

Dans le but d'évoquer le savoir sous ses diverses formes et de stimuler la curiosité et le désir d'apprendre du spectateur, ce concept rédactionnel propose une association entre le mot savoir et une multitude de sujets.

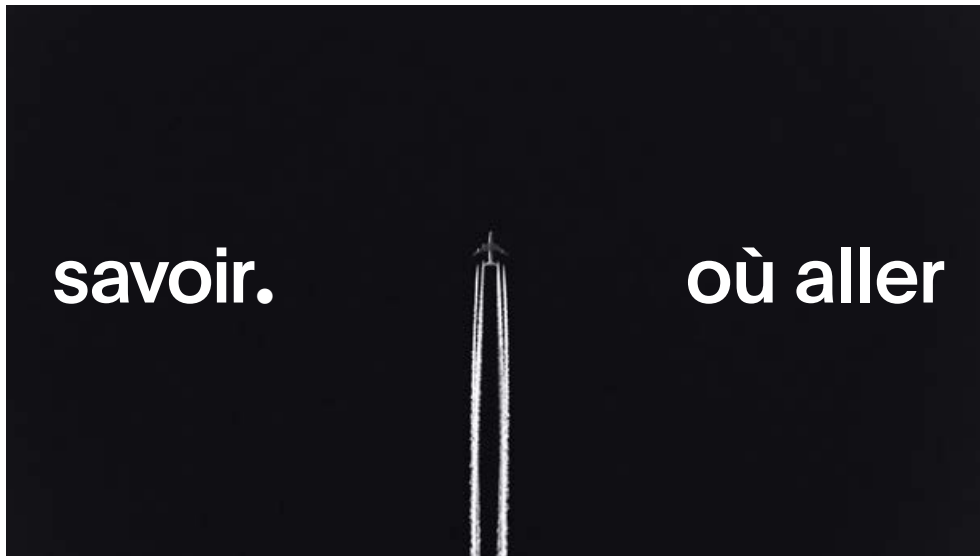
Ce concept peut être utilisé dans les bandes-annonces web. Un nom d'émission ne devrait pas être associé de cette façon au mot savoir. À utiliser avec modération.

**savoir. que font les
abeilles en hiver**

**savoir. pourquoi la
nuit est noire**

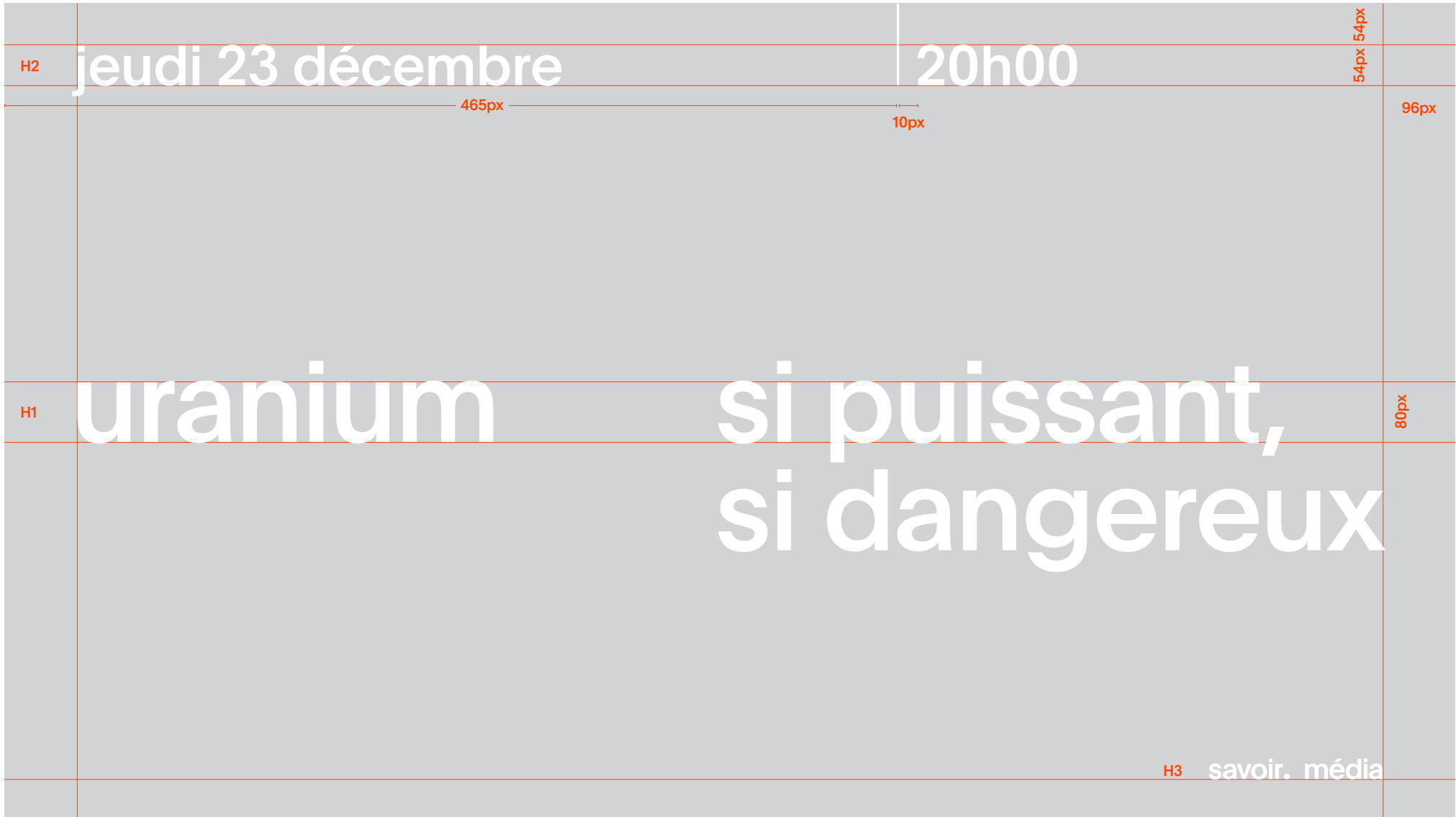
**savoir. comment
dormir moins**

**savoir. qui à eu cette
idée folle**



5.

Habillage



H2 jeudi 23 décembre

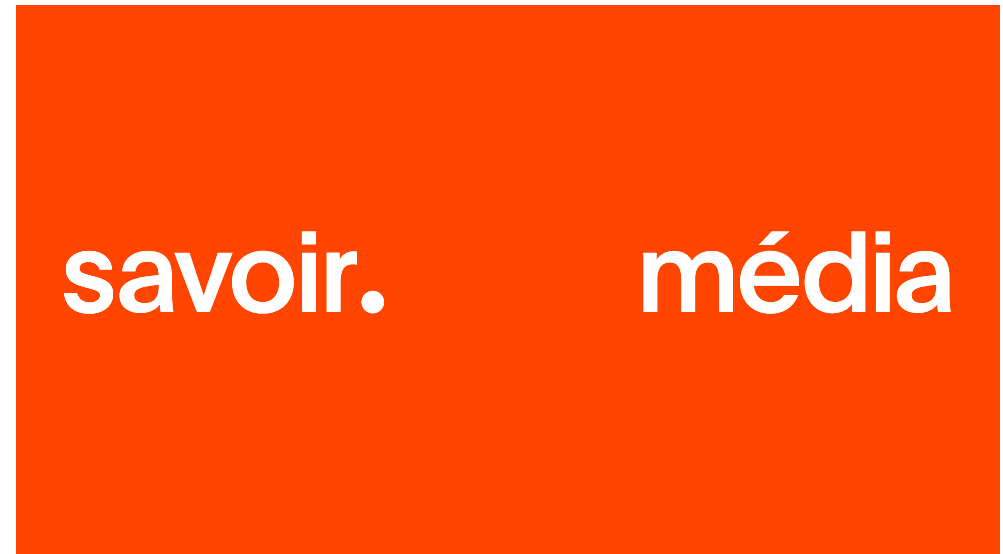
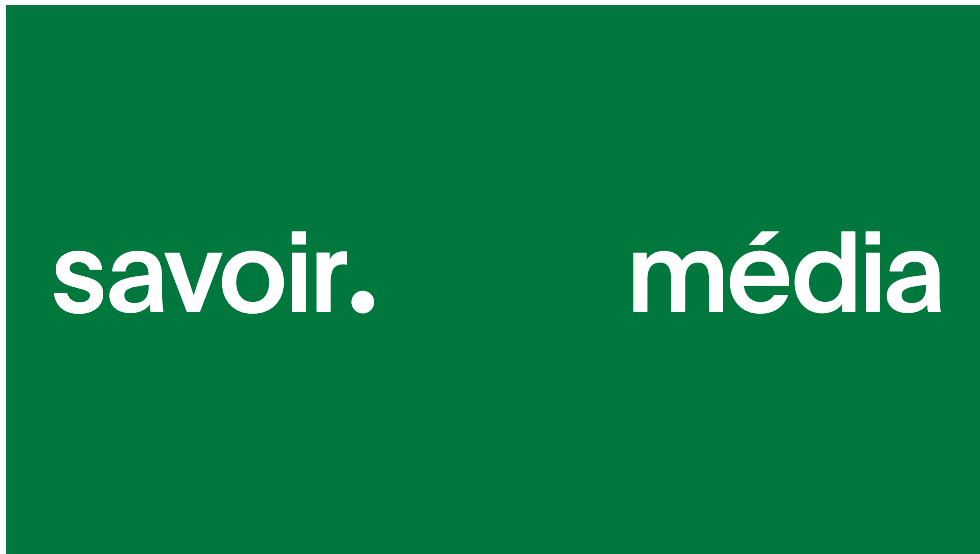
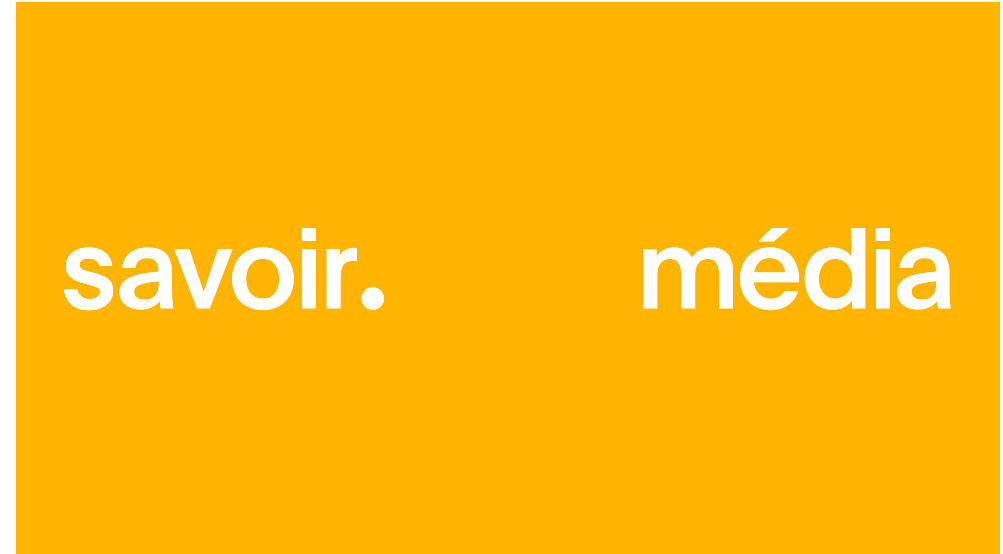
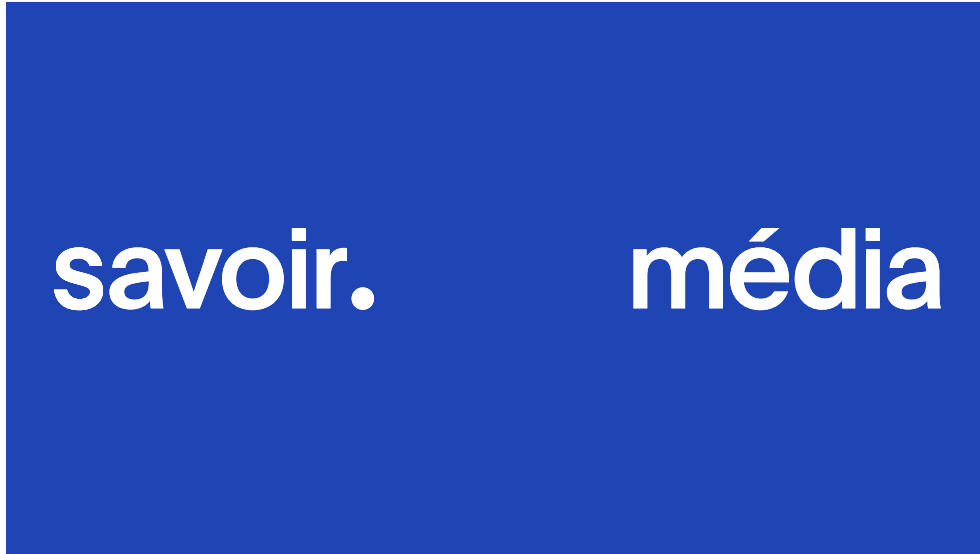
20h00

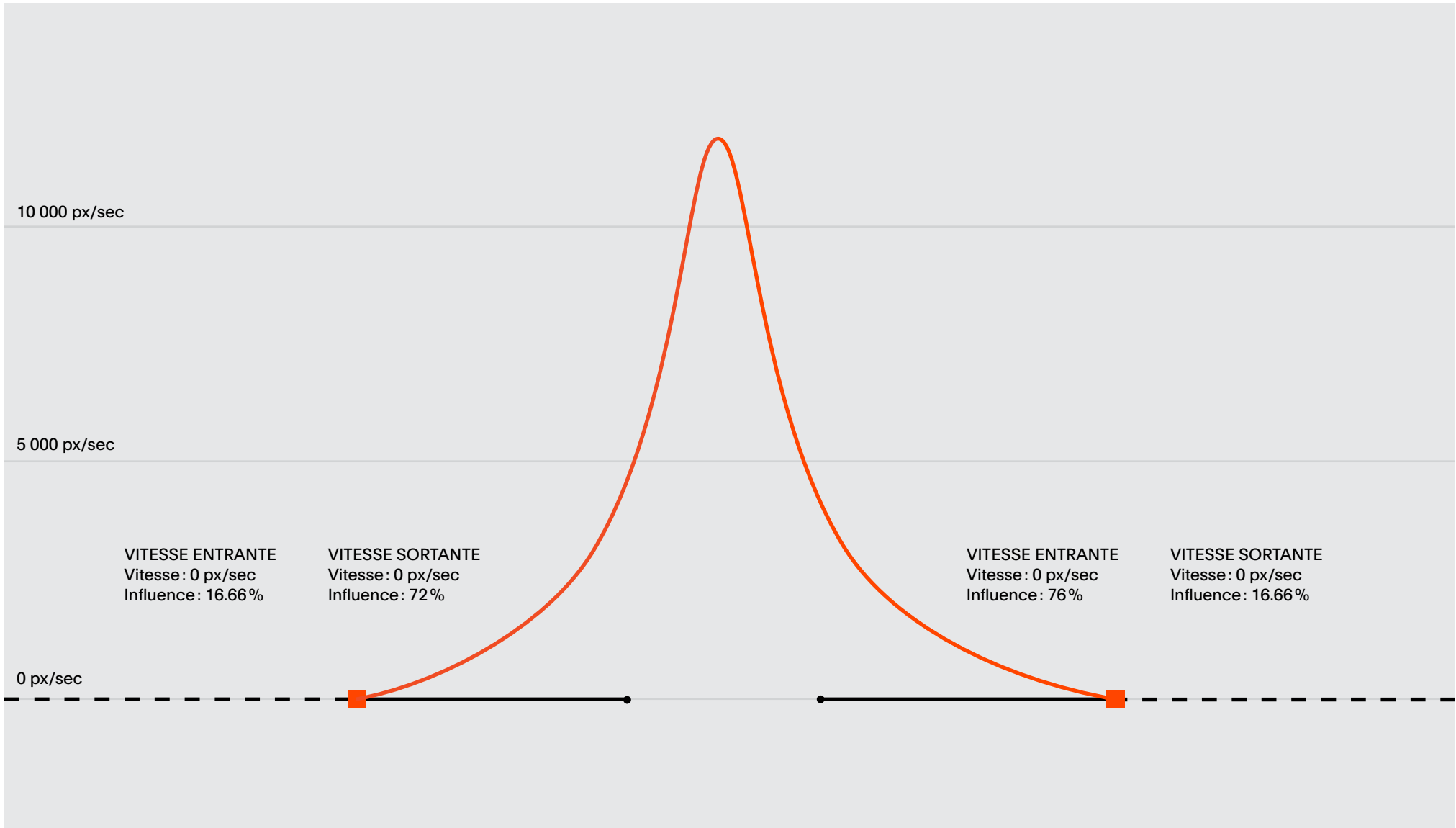
H1 secret

de papillons

H3 savoir. média

La signature de Savoir Média se doit d'apparaître sur une des quatre couleurs officielles de la marque. Les deux mots du logotype sont séparés et alignés de part et d'autre de l'écran, à l'intérieur des marges de sécurité.



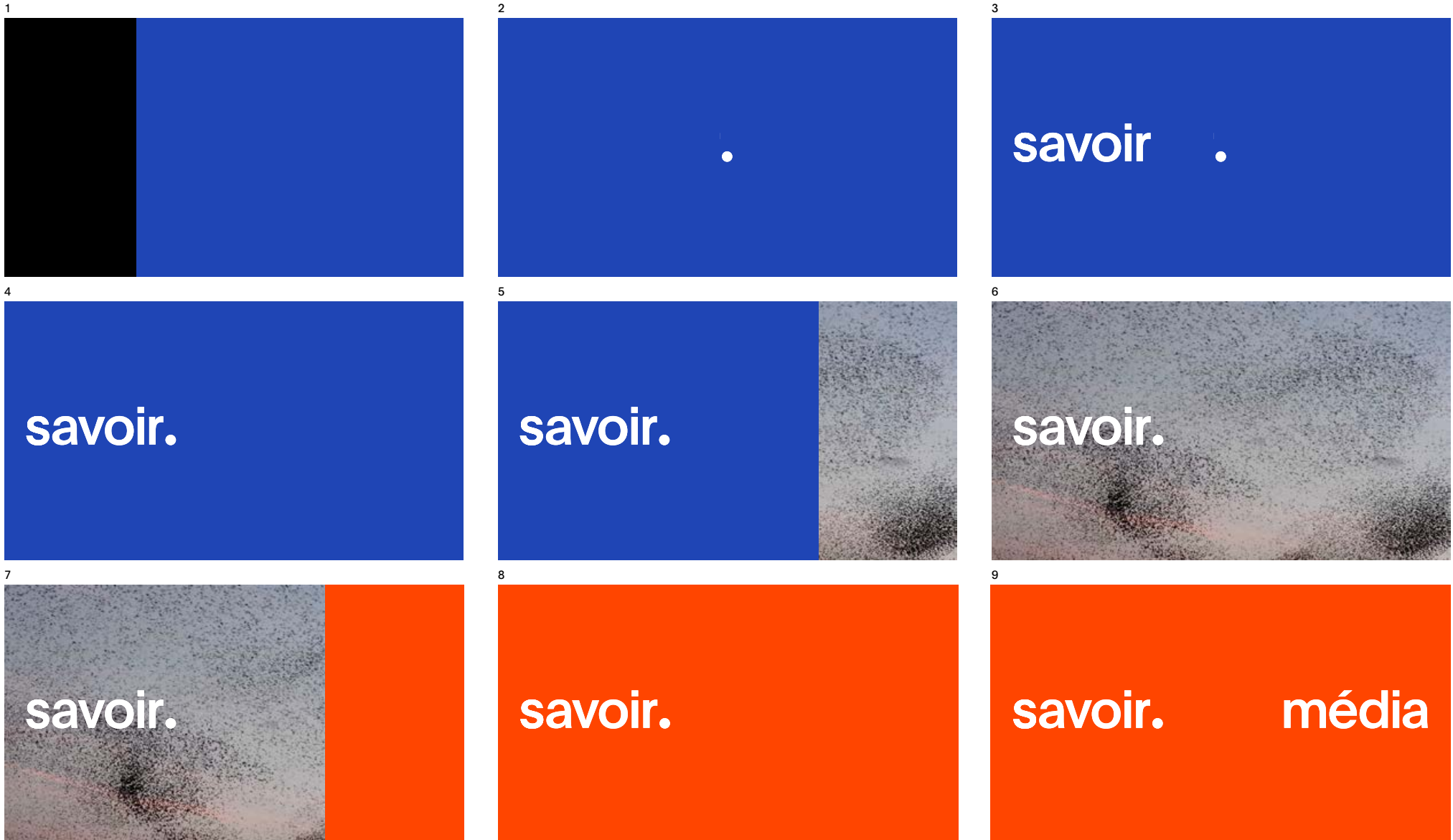


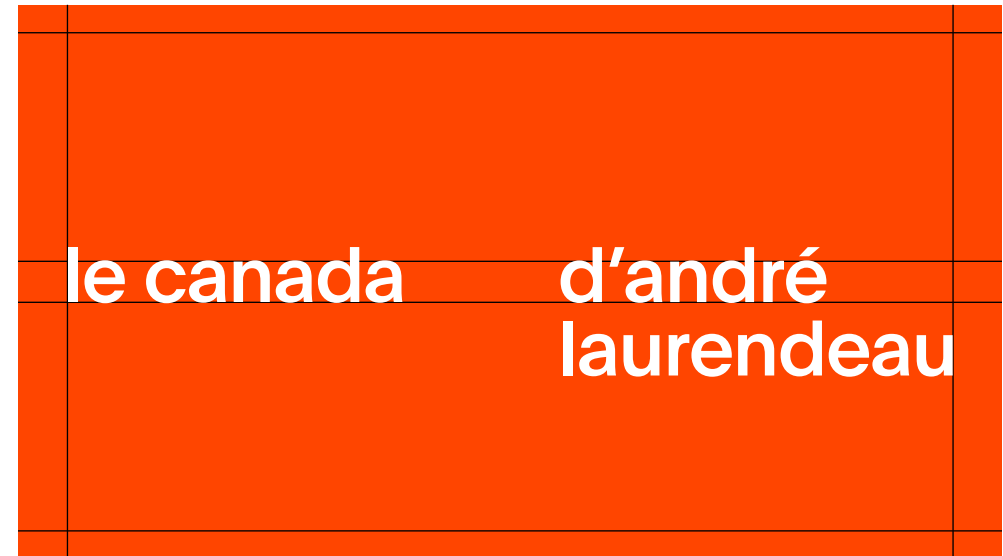
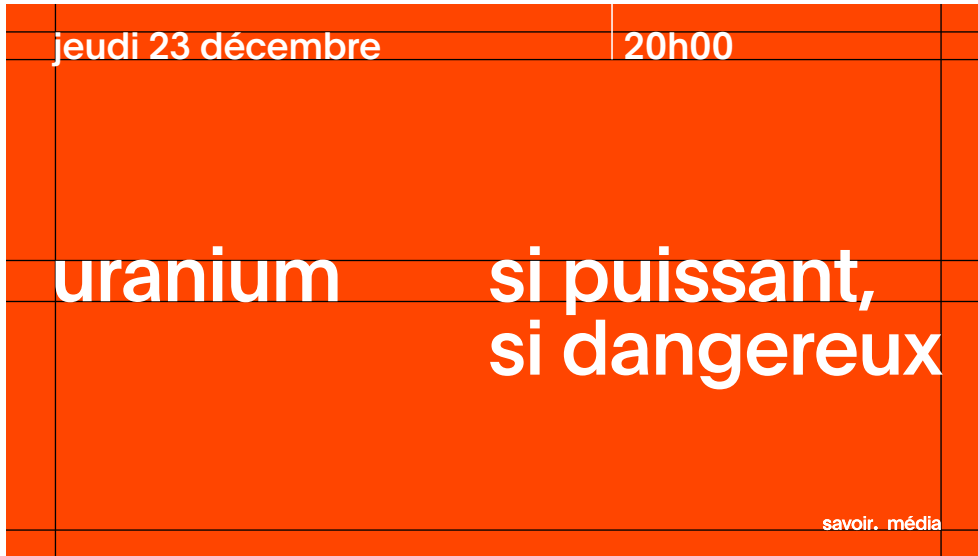
Habillage

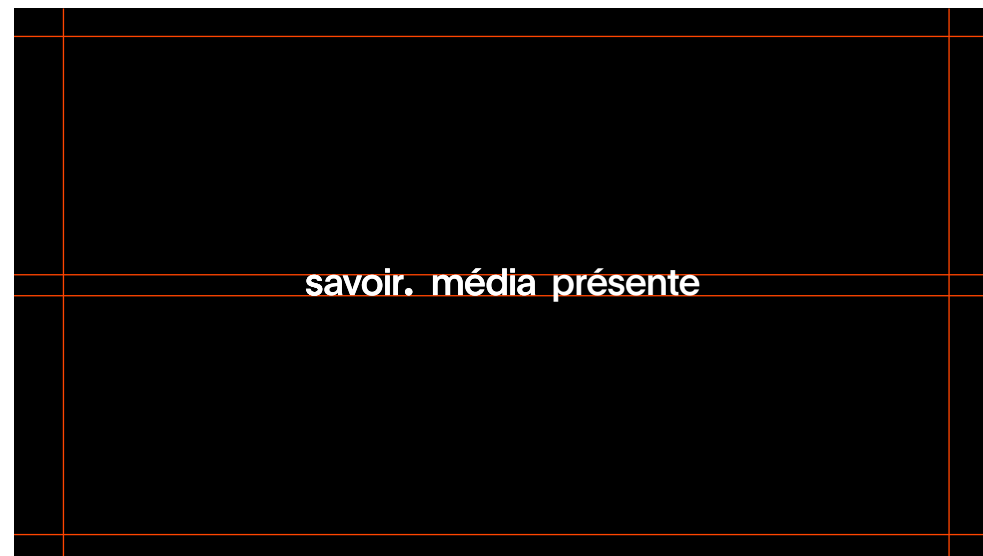
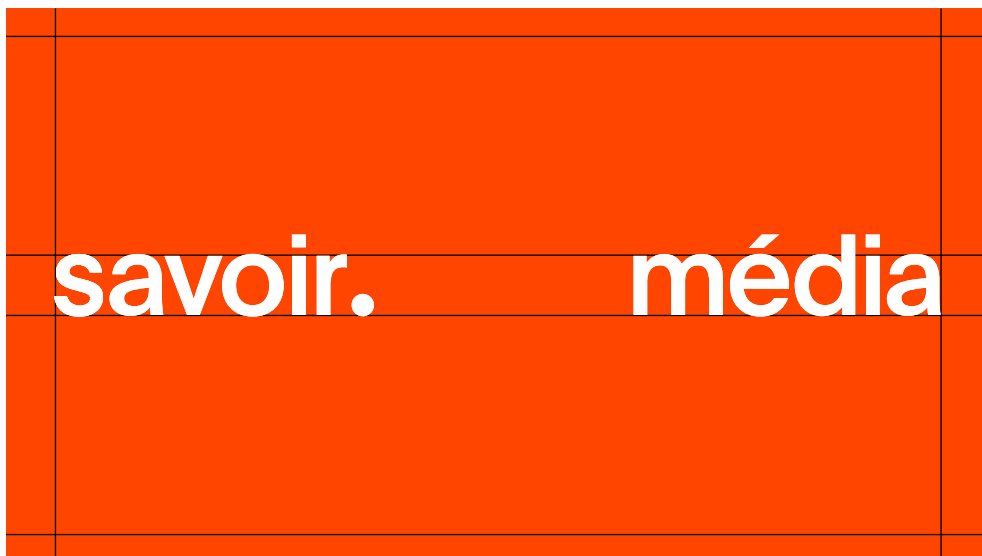
Animation:
ID 10 secondes

Voici la déconstruction en 9 étapes des vidéos ID de 10 secondes. Le premier panneau coloré vient recouvrir le contenu précédemment affiché à l'écran. Veuillez utiliser une couleur pour le panneau entrant, et une deuxième couleur pour le panneau final. Veuillez alterner parmi les quatre couleurs officielles d'une vidéo ID à l'autre.

Le contenu vidéo au centre de l'ID doit être graphique et évocateur d'un sujet à découvrir. Ce contenu vidéo n'est pas un aperçu d'émission et ne montre pas une personne en particulier.







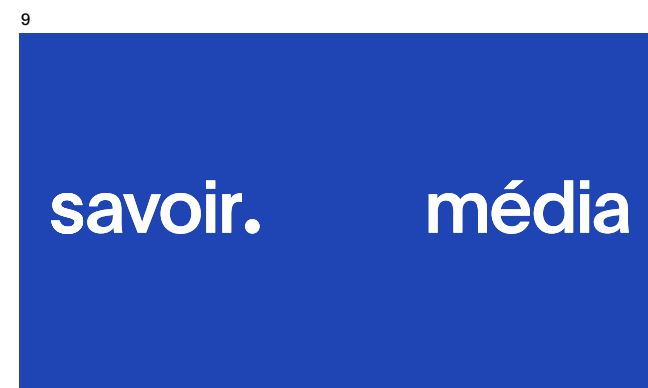
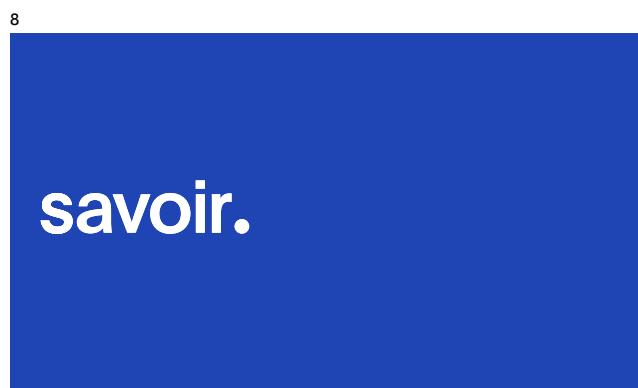
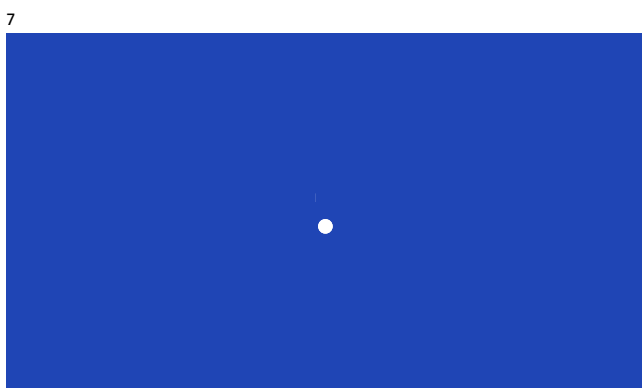
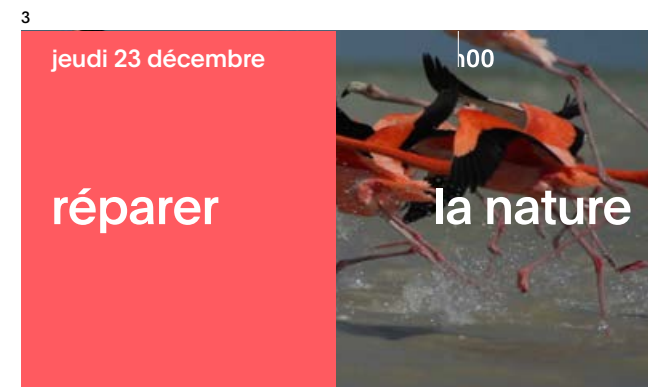
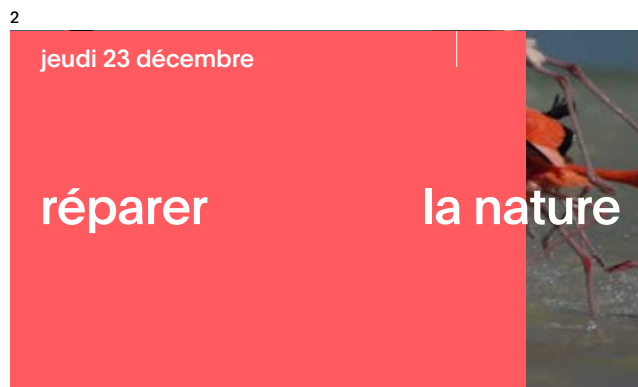
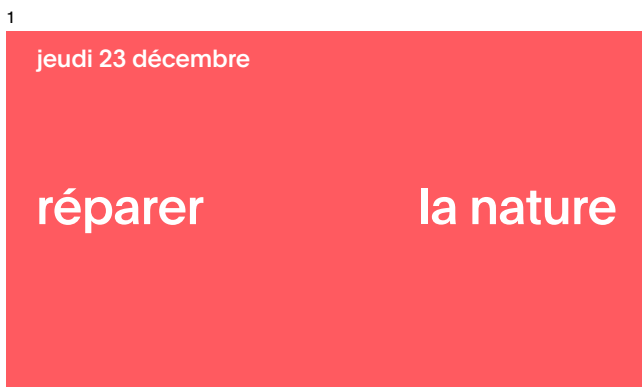
Pour identifier le contenu de la vitrine étudiante, un panneau avec fond coloré introduit la vidéo, puis, un filigrane reste apposé dans le coin inférieur gauche de l'écran, à l'intérieur des marges de sécurité.

Dans le but d'attirer l'attention sur ce cas particulier, une puce de texte surdimensionnée précède la mention « vitrine étudiante ».



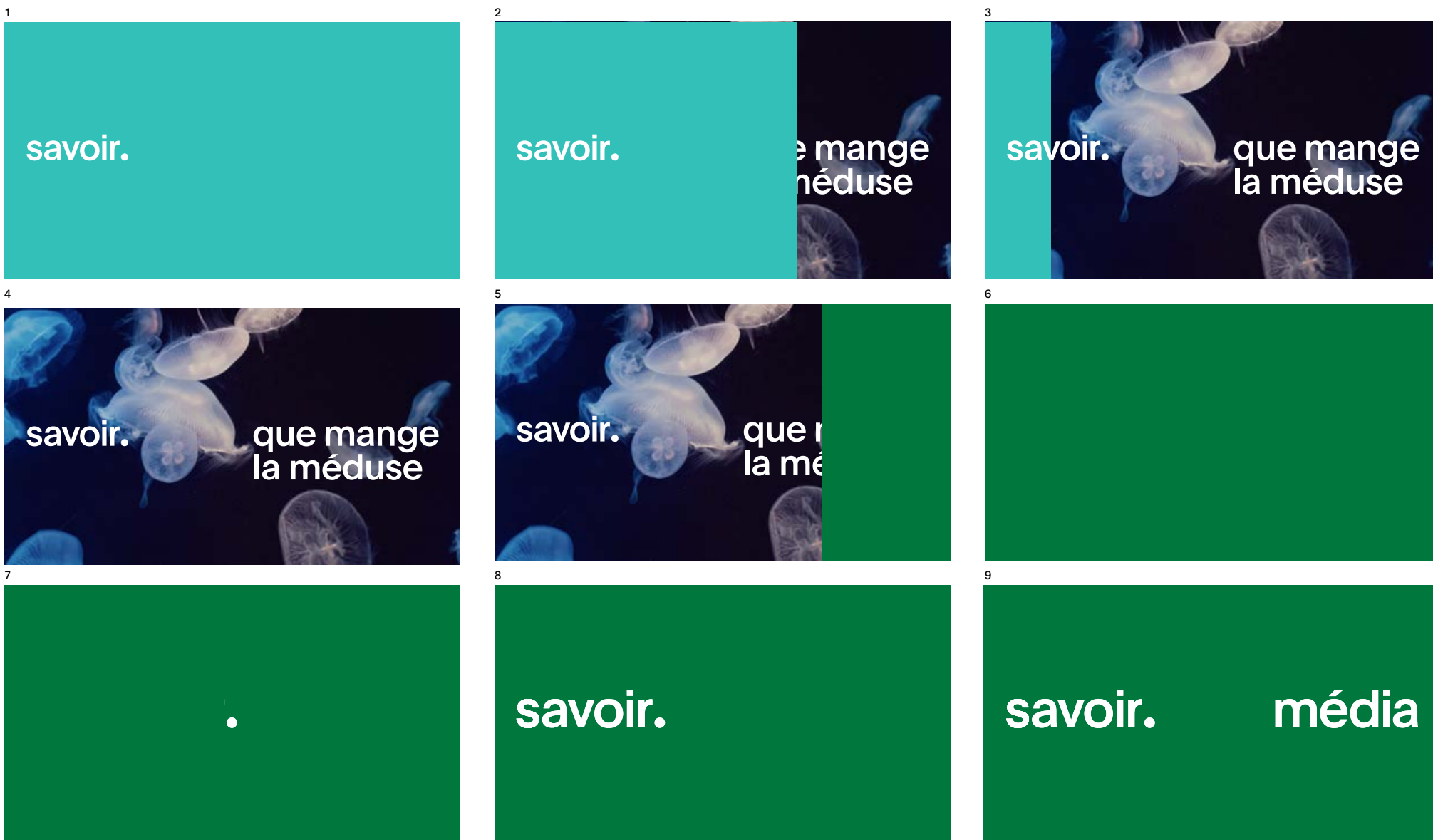
Voici la déconstruction en 9 étapes d'une bande-annonce télé. Veuillez utiliser une couleur complémentaire au contenu vidéo pour débiter la bande-annonce, et une des couleurs officielles pour le panneau final. Veuillez alterner parmi les quatre couleurs officielles d'une bande-annonce à l'autre.

Le contenu vidéo au centre de la bande-annonce est un aperçu de l'émission annoncé.



Voici la déconstruction en 9 étapes d'une bande-annonce web, principalement destinée à être diffusée sur Facebook. Veuillez utiliser une couleur complémentaire au contenu vidéo pour débiter la bande-annonce, et une des couleurs officielles pour le panneau final.

Plutôt que d'utiliser le titre de l'émission, le concept rédactionnel présenté en page 21 ouvre la bande-annonce en énonçant un fait qui sera appris pendant l'émission. Le contenu vidéo au centre de la bande-annonce est un aperçu de l'émission annoncée.



Design par Principal
+1 514 393-3393
www.principal.studio