

NORMES GRAPHIQUES  
MAI 2019



COMMISSION  
DE LA CONSTRUCTION  
DU QUÉBEC

Le présent guide décrit les normes graphiques de la signature de la Commission de la construction du Québec et de sa plateforme de marque. Il contient donc les renseignements essentiels à la reproduction de toutes les versions de signatures et de leurs applications dans différents contextes.

Afin d'assurer une cohérence de l'identité visuelle de la CCQ, ces règles doivent être respectées en toutes circonstances par quiconque effectuant des communications à son sujet.

# 1/ LE LOGO ET LES ÉLÉMENTS DE LA MARQUE

# LE LOGO

## COMPOSITION DU LOGO

Le logo de la Commission de la construction du Québec est composé d'une part du logotype, soit les trois éléments graphiques représentant l'acronyme CCQ, et, d'autre part, de la dénomination usuelle de l'organisation COMMISSION DE LA CONSTRUCTION DU QUÉBEC.

Quel que soit le format d'utilisation de la signature, il est obligatoire d'utiliser les modèles existants sans les altérer d'aucune façon.



signature actuelle

Bien que les changements apportés à la signature puissent paraître mineurs à première vue, il est obligatoire, à partir de mai 2019, d'utiliser le gabarit de la signature actuelle et de ne pas tenter de modifier soi-même les anciennes signatures. Il n'est plus permis d'utiliser la bande bleue et jaune, ni seule, ni avec le nouveau logo, ni le logo 3 couleurs.



Anciennes signatures



## ALIGNEMENTS

L'ensemble de cette signature forme un tout avec des proportions déterminées qui ne peuvent en aucun cas être modifiées. La dénomination est toujours positionnée précisément au même endroit par rapport au logotype CCQ et ce, tant pour la version horizontale que la version verticale.

### La version officielle

La version officielle qui doit être utilisée le plus couramment est la version horizontale, soit la version où la dénomination usuelle est située à droite du logotype.



### La version secondaire

La version secondaire comprend la dénomination usuelle en bas du logotype (version verticale). Celle-ci doit être utilisée uniquement lorsque la largeur de l'espace est restreinte et qu'il n'est pas possible de respecter la zone de protection prévue sans nuire à la lisibilité du logo.



### Les versions avec URL

Deux logos contenant l'URL sont aussi disponibles pour certaines applications particulières. Il est obligatoire d'utiliser les gabarits prévus à cette fin (disponibles sur demande) et par le fait même, il est interdit d'ajouter l'URL soi-même aux logos existants. Toutes les règles décrites dans ce guide s'appliquent à ces deux logos d'exception.



## VERSIONS DE COULEUR

Pour chacun des alignements décrits en page 5, il existe trois versions de couleurs de logo soit :

### 1/Version une couleur



### 2/Version noire



### 3/Version en renversé



### ESPACE DE PROTECTION

Afin d'assurer une bonne visibilité et de conserver l'intégrité de la marque, une zone de protection tout autour de la signature est prévue. Cette zone est déterminée à partir de la largeur de la patte de la lettre « q » du logotype. Tel que présentée ci-dessous, cette mesure s'avère être l'espace minimum autour de la signature complète, espace qui devrait être libre de tout texte ou éléments graphiques.



### RÉDUCTION MINIMALE

Afin d'offrir une bonne lisibilité du logo, un minimum de réduction a été déterminé et il doit en tout temps être respecté.



### COULEUR INSTITUTIONNELLE OFFICIELLE

La couleur officielle de la CCQ est le bleu 308 (couché et non couché)  
tel que décrit ci-dessous :



### APPLICATION DE LA COULEUR

La version une couleur de la signature, soit celle en bleu PMS 308, est à privilégier en tout temps. La version noire ne peut être choisie que lorsque les contraintes d'impression nécessitent l'utilisation du logo noir ou quand la couleur sur laquelle le logo est apposé jure avec le bleu du logo.

Sur fond noir ou de couleur foncée, il est obligatoire de choisir la version inversée. Il n'est pas permis d'utiliser une trame de la couleur pour pâler le logo.

En tout temps, on s'assure d'obtenir suffisamment de contraste entre la signature et le fond sur lequel elle est appliquée. Le choix de la version de logo à utiliser repose donc aussi sur la recherche de la lisibilité et de la visibilité optimale.



# SIGNATURE DE MARQUE

La CCQ a choisi de partager sa vision et de faire vivre sa promesse de marque à travers toutes ses communications. À mi-chemin entre une signature institutionnelle et un slogan, la signature UNE PRÉSENCE CONSTRUCTIVE sera donc intégrée à la plupart des communications émanant de la CCQ comme des pièces publicitaires et diverses publications institutionnelles. Elle n'est toutefois pas attachée au logo, ce qui permet de l'appliquer à l'endroit le plus approprié selon le type de communication et selon les restrictions graphiques de l'outil en question.

Il est obligatoire d'utiliser le modèle existant et ne jamais tenter de le reproduire. Quelques règles régissent l'application de cette signature de marque :

## UNE PRÉSENCE CONSTRUCTIVE

PMS  
Process Blue  
CMYK  
100 - 30 - 0 - 0  
RGB  
0 - 136 - 204

### PROPORTION ET POSITIONNEMENT

Dans un outil de communication, elle ne peut être appliquée en format supérieur que celui du logo de la CCQ. La typographie sert de référence pour la comparaison.

Elle ne peut être placée devant le logo de la CCQ. Son emplacement doit faire en sorte qu'elle soit lue après la visualisation du logo.



### ESPACE DE PROTECTION

Une zone de protection doit en tout temps être respectée. Cette zone est la même que celle attribuée au logo soit la largeur de la patte de la lettre «q» du logo CCQ tel qu'illustré ci-bas.



# TYPOGRAPHIE

## UNI SANS

La police de caractère utilisée pour la dénomination usuelle COMMISSION DE LA CONSTRUCTION DU QUÉBEC du logo et pour la signature de marque UNE PRÉSENCE CONSTRUCTIVE est le Uni Sans.

Il s'agit aussi de la police de caractère à utiliser pour certains grands titres et jeux typographiques dans tous documents imprimés officiels réalisés avec un logiciel infographique (dépliants, brochures, affiches, etc.). La famille complète de la police de caractères peut être utilisée. Il est toutefois suggéré de prioriser l'application de l'Uni Sans Thin, l'Uni Sans Bold ainsi que l'Uni Sans Heavy Caps.

## UNI SANS THIN

Pour certains grands titres et hauts de page

---

Uni Sans Thin  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!@#\$%?&\*()+»:  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit. Nunc gravida sagittis arcu,  
at ultrices arcu vulputate sit amet.

## UNI SANS BOLD

Pour certains hauts de page

---

**Uni Sans BOLD**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890!@#\$%?&\*()+»:**  
**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur**  
**adipiscing elit. Nunc gravida sagittis arcu,**  
**at ultrices arcu vulputate sit amet.**

## UNI SANS HEAVY CAPS

Pour la pagination

---

**UNI SANS HEAVY CAPS**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890!@#\$%?&\*()+»:**  
**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,**  
**CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.**  
**ARCU VULPUTATE SIT AMET.**

### AKKURAT

Il s'agit de la police de caractères à utiliser pour le texte courant ainsi que pour les titres de premier, deuxième et troisième niveau dans tous documents imprimés officiels réalisés avec un logiciel infographique (dépliants, brochures, affiches, etc.).

Akkurat Office Regular  
Pour le texte courant et les titres de 2<sup>e</sup> niveau

---

Akkurat Office Regular  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!@#\$%?&\*()+»:  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit. Nunc gravida sagittis arcu,  
at ultrices arcu vulputate sit amet.

Akkurat Office Bold  
Pour le texte courant et les titres de 2<sup>e</sup> niveau

---

Akkurat Office Bold  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!@#\$%?&\*()+»:  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit. Nunc gravida sagittis arcu,  
at ultrices arcu vulputate sit amet.

### VERDANA

Dans l'environnement numérique et pour les documents Word, Powerpoint ou autres logiciels ou les typographies suggérées ci-haut ne sont pas disponibles, la police de caractère Verdana est acceptée. Il est proposé d'utiliser la taille 9 points.

Verdana Regular  
Pour le numérique et les documents Word

---

Verdana Regular  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!@#\$%?&\*()+»:  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit. Nunc gravida sagittis arcu,  
at ultrices arcu vulputate sit amet.

### CALIBRI

Pour toute autre utilisation où la police de caractère Verdana suggérée n'est pas compatible à son environnement, la police de caractère Calibri est autorisée.

Calibri  
Pour le numérique et les documents Word

---

Calibri  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!@#\$%?&\*()+»:  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit. Nunc gravida sagittis arcu,  
at ultrices arcu vulputate sit amet.

Les exemples ci-dessous présentent la combinaison des deux polices de caractères (Uni Sans et Akkurat).



# UTILISATIONS INCORRECTES

Il est essentiel de toujours utiliser les modèles fournis par le service des communications de la CCQ. Il est interdit d'altérer ou de modifier les logos de quelques façons que ce soit. Voici quelques exemples d'utilisations incorrectes :



## 2/ APPLICATIONS CORPORATIVES

Afin d'assurer l'uniformité dans l'ensemble de la papeterie et autres applications corporatives, il est essentiel de respecter les grilles suivantes :

### SIGNATURE ÉLECTRONIQUE

Seul le logo corporatif une couleur est permis dans la signature courriel.

**VOTRE NOM (Verdana – 11 pts, majuscule)**

VOTRE TITRE (LIGNE 1) (Verdana – 8 pts)

VOTRE TITRE (LIGNE 2, SI NÉCESSAIRE) (Verdana – 8 pts)

VOTRE DIRECTION (Verdana – 8 pts)

TÉL. : 514 341-7740 POSTE XXXX CCQ.ORG FACEBOOK.COM/CCQ (Verdana – 8 pts)



COMMISSION  
DE LA CONSTRUCTION  
DU QUÉBEC

UNE PRÉSENCE  
CONSTRUCTIVE

**DEVEZ-VOUS VRAIMENT IMPRIMER CE COURRIEL? PENSONS ENVIRONNEMENT.** (Verdana – 7 pts)

**AVIS DE CONFIDENTIALITÉ**

L'information contenue dans ce message est de nature privilégiée et confidentielle.

Elle ne peut être utilisée que par la personne ou l'entité dont le nom apparaît ci-dessus.

Si le lecteur de ce message n'est pas le destinataire prévu, il est prié de noter qu'il est strictement interdit de divulguer, de distribuer ou de copier ce message. Si ce message

vous a été transmis par erreur, veuillez nous en aviser immédiatement et supprimer cette copie. (Verdana – 7 pts)

### LIEN HYPERTEXTE POUR RENDRE CLIQUABLE

CCQ.ORG : <http://www.CCQ.ORG/>

FACEBOOK.COM/CCQ : <https://www.FACEBOOK.COM/CCQ/>

### ABRÉVIATION DE TITRES PROFESSIONNELS :

**JOSÉE MERCURE**, CPA, C.A., MBA  
(Verdana – 8 pts,  
majuscule sans caractère gras)

# 3/ PLATEFORME DE MARQUE ET IMAGERIE

## FORMES ET IMAGERIES

La plateforme visuelle de la CCQ prévoit l'utilisation courante des angles de 51,6 degrés que l'on retrouve à même le logotype. Cet angle peut être appliqué soit sur des boîtes contenant du texte ou des photos.

ENJEUX		PRIORITÉS		STRATÉGIES	
<p>Une application rigoureuse et respectueuse du RGPD et des normes européennes adaptées au marché québécois.</p>	<p>De la fiabilité et une vision partagée du rôle et des responsabilités des associations syndicales et professionnelles au sein de la CCQ et de la gouvernance.</p>	<p>Des clients confiants et satisfaits.</p>	<p>Une agilité organisationnelle et une action structurée.</p>	<p>Des employés motivés.</p>	
<p>Agir pour accroître la conformité et améliorer les normes et pratiques.</p>	<p>Agir pour un partenariat constructif et une saine gouvernance.</p>	<p>Améliorer l'expérience client.</p>	<p>Améliorer la performance.</p>	<p>Mobiliser les employés par l'engagement.</p>	
<p>Identifier et diversifier les stratégies et initiatives pour une croissance durable et de complémentarité durable.</p> <p>Agir pour un climat sûr sur les chantiers de construction.</p> <p>Entreprendre une réforme réglementaire et de nouvelles formes de financement, notamment les régimes de pension de retraite.</p> <p>Renforcer les pratiques professionnelles et d'échange actives.</p>	<p>Définir une offre de services aux associations syndicales et professionnelles, dans le respect des règles en matière de lobbying.</p> <p>Accompagner les comités paritaires dans la certification et l'adhésion de leurs membres.</p> <p>Appuyer des projets innovants et pour améliorer les conditions de travail des praticiens de bonne gouvernance.</p>	<p>Assurer la satisfaction de la clientèle en visant un haut niveau de connaissance globale du client.</p> <p>Améliorer l'offre de services en visant une transparence dans les engagements envers les clients et la qualité de l'information disponible.</p> <p>Faciliter des communications collaboratives, accessibles et faciles.</p>	<p>Maîtriser les coûts de revient des services et assurer un contrôle serré des dépenses.</p> <p>Realiser un portefeuille de projets pour offrir des services innovants et technologiques.</p> <p>Mettre au point la transparence dans les engagements envers les clients et la qualité de l'information disponible.</p> <p>Faciliter des communications collaboratives, accessibles et faciles.</p>	<p>Prioriser la qualité du recrutement et assurer un développement des compétences et l'engagement.</p> <p>Realiser un portefeuille de projets pour offrir des services innovants et technologiques.</p> <p>Mettre au point la transparence dans les engagements envers les clients et la qualité de l'information disponible.</p> <p>Faciliter des communications collaboratives, accessibles et faciles.</p>	



# COMMISSION DE LA CONSTRUCTION DU QUÉBEC

## VISION

LA CCQ, UNE PRÉSENCE CONSTRUCTIVE UN PARTENAIRE DE CONFIANCE

## VALEURS

**LEADERSHIP**  
La CCQ est une entité proactive afin de favoriser l'adoption de l'usage de la construction au Québec. Le meilleur profit est au centre de ses actions.

**INTÉGRITÉ**  
La CCQ agit de manière éthique, honnête et transparente dans toutes ses actions.

**QUALITÉ**  
La CCQ agit avec compétence et rigueur. Elle est reconnue pour la qualité de ses services offerts à la clientèle et au grand public. La CCQ agit de manière responsable et éthique.

**RESPECT**  
La CCQ agit avec une attitude ouverte, attentive, diligente et non discriminatoire à l'égard de toute personne avec qui elle est appelée à interagir.

## PRIORITÉS

- 1/ Agir pour accroître la conformité et améliorer les normes et pratiques
- 2/ Agir pour un partenariat constructif et une saine gouvernance
- 3/ Améliorer l'expérience client
- 4/ Améliorer la performance
- 5/ Mobiliser les employés par l'engagement

# IMAGERIE

La plateforme photographique de la CCQ contient quelques caractéristiques qui lui donne une personnalité unique :

## SUJETS ET CADRAGE

Deux types d'images seront mis de l'avant à travers la plateforme visuelle de la CCQ : des intervenants de la constructions (travailleurs, employeurs, étudiants, membres d'associations, etc.) et des chantiers de construction. Il faut privilégier des images qui présentent le sujet soit d'un plan très rapproché ou bien d'un plan très éloigné. Il est aussi intéressant de choisir des images qui offrent un effet de perspective prononcé, surtout lorsqu'on présente des chantiers de construction.

Une banque de photos est disponible sur demande au département des communications.



### UTILISATION DES FORMES DU LOGOTYPE :

La plateforme CCQ prévoit aussi l'utilisation du logotype comme cadre aux photos.



**PLAN STRATÉGIQUE  
2015-2019**



COMMISSION  
DE LA CONSTRUCTION  
DU QUÉBEC

UNE PRÉSENCE  
CONSTRUCTIVE

### COLORATION :

Voici les grandes lignes à suivre dans Photoshop afin d'obtenir une coloration idéale pour tout visuel de la CCQ :

1. Appliquer un calque de réglage Noir et Blanc en incrustation.
2. Appliquer un calque de réglage de Luminosité/Contraste afin d'équilibrer les contrastes et de mettre en valeur les couleurs de la photographie.
3. Au besoin, appliquer un calque de réglage de Niveaux si certaines couleurs sont trop vives ou un calque de réglage de Correction sélective si le magenta et le jaune sont trop présents dans les blancs et les gris.

Il est aussi intéressant de créer un monochrome avec le bleu corporatif.



# TON DE LA COMMUNICATION

L'expérience, le professionnalisme, le leadership et la transparence de la CCQ doivent en tout temps transparaître dans la façon qu'elle interagit et communique avec son personnel et ses partenaires externes. De plus, toute communication émanant de la CCQ doit tenir compte de son ADN qui réfère à ce que la marque CCQ fait concrètement au quotidien :

## AVANT-GARDE

- Elle se tient à l'avant garde de l'évolution de l'industrie et en reflète la modernité

## SOUPLESSE

- Elle est souple et résiliente, elle adapte ses solutions aux besoins changeants de la société québécoise

## BON LEADER

- Elle projette une image cohérente et rassurante de leader

## OUVERTE

- Elle communique les succès et les performances de façon constructive

## ACCESSIBLE

- Elle conseille et oriente avec un niveau de langage adapté

## PRÉCISE

- Elle aborde tous sujets avec mesure et pondération

Quatre attributs font aussi partie intégrante de la marque CCQ : Rigoureuse, équitable, impliquée et attentive. Ces attributs reflètent le style de la marque CCQ et c'est pourquoi toute rédaction, toute action de relations publiques, ou tout autre moyen de déploiement de la marque CCQ ne doit jamais de quelque façon s'opposer à ces quatre traits de personnalité.

Si la CCQ s'engage à être « UNE PRÉSENCE CONSTRUCTIVE » et « UN PARTENAIRE DE CONFIANCE » auprès de ses clientèles et de l'ensemble des acteurs de l'industrie de la construction, c'est qu'elle s'affirme dans son rôle d'appui de l'industrie de la construction tout en promettant une approche collaborative. Le ton des communications doit faire sentir qu'on peut en tout temps s'appuyer sur la CCQ pour favoriser des changements positifs. Il doit aussi inspirer confiance et bien faire sentir que la CCQ est une organisation rigoureuse qui s'inscrit en complémentarité de ses partenaires, sans se substituer à ceux-ci.

# 4/ ARCHITECTURE DE MARQUE

## 1<sup>er</sup> NIVEAU

### LA MARQUE MÈRE (CORPO)

La signature corporative se compose de deux éléments : le nom de l'entité corporative et son sigle. Parfois elle est également accompagnée de sa signature de marque.



**COMMISSION  
DE LA CONSTRUCTION  
DU QUÉBEC**

**UNE PRÉSENCE  
CONSTRUCTIVE**

## 2<sup>e</sup> NIVEAU

### LES MARQUES PILIERS (MARQUES INSTITUTIONNELLES)

Chacune des 4 marques piliers a pour objectif de positionner la CCQ dans un secteur stratégique :

- Avantages sociaux
- Main-d'œuvre
- Formation perfectionnement
- Vérification enquête

Les signatures de marques se composent de trois éléments : le nom de la marque institutionnelle, le sigle de l'entité corporative et un élément du sigle dans sa couleur distinctive.



PMS  
221 C  
CMYK  
9 - 100 - 26 - 38  
RGB  
145 - 0 - 72  
WEB  
910048

PMS  
1585 C  
CMYK  
0 - 61 - 97 - 0  
RGB  
255 - 106 - 19  
WEB  
FF6A13

PMS  
3265 C  
CMYK  
66 - 0 - 39 - 0  
RGB  
0 - 199 - 177  
WEB  
00C7B1

PMS  
Cool Grey 7 C  
CMYK  
20 - 14 - 12 - 40  
RGB  
151 - 153 - 155  
WEB  
97999B

## 3<sup>e</sup> NIVEAU

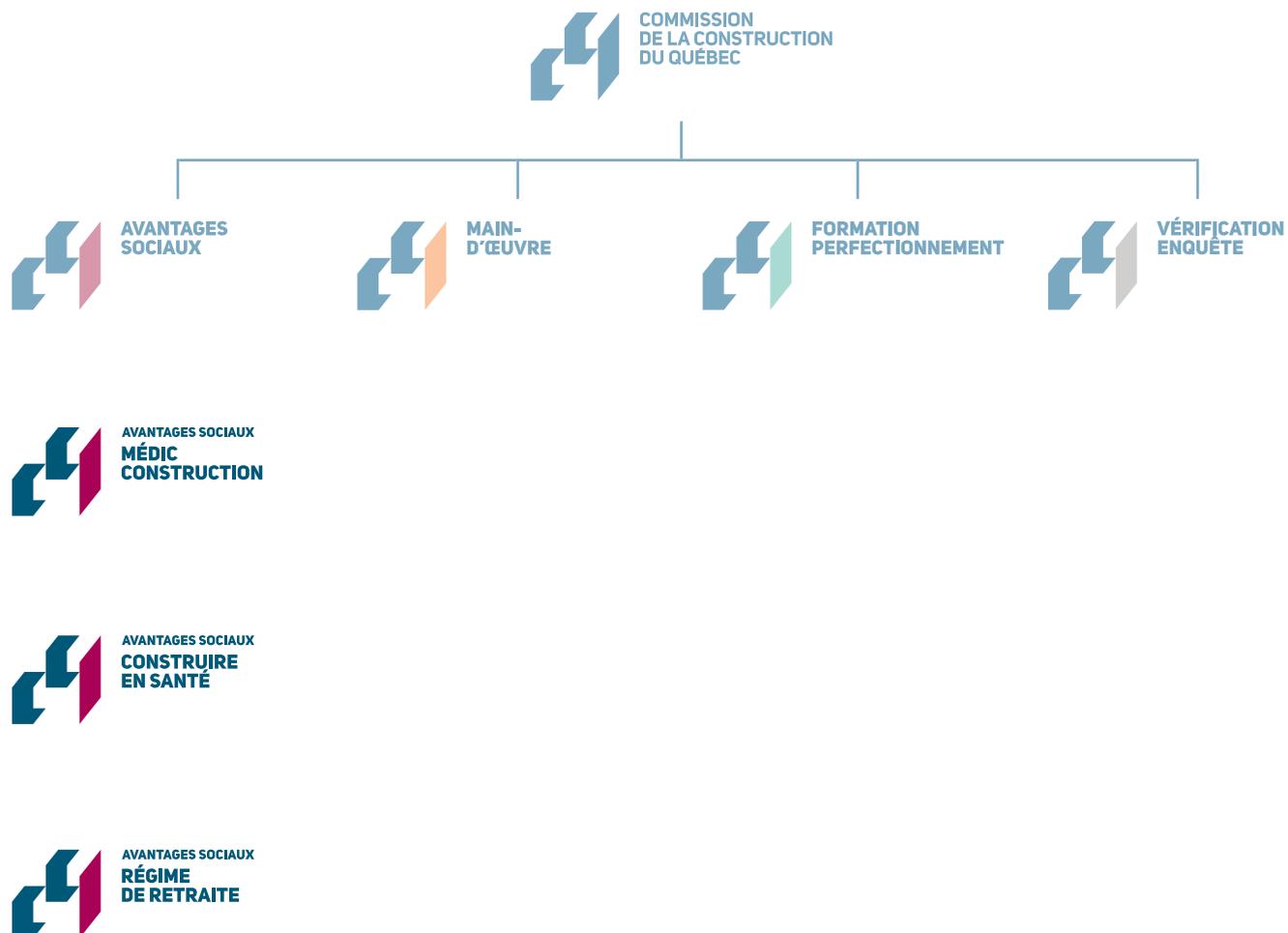
### LES SOUS-MARQUES

Les **sous-marques** précisent le rôle de la marque pilier (retraite, assurances).

Les signatures de sous-marques se composent des mêmes éléments que les marques piliers en plus d'en préciser leur rôle.

### Attention

Dans le cas où plusieurs entités de la CCQ sont partenaires d'une même communication, une seule marque doit être représentée.



## LA MARQUE

Cette section donne un aperçu clair et simple de l'identité visuelle de Avantages sociaux. L'application de ces normes est essentielle au maintien et au renforcement de l'image de la CCQ afin que toute application graphique soit associée à l'organisme. Nous vous invitons à suivre ces consignes afin de conserver une uniformité de l'image de marque.

## LE LOGO



## VERSIONS DE COULEUR

### 1/Version noire



### 3/Version en renversé gris



### 2/Version en renversé blanc



### 4/Version en renversé couleur



### ESPACE DE PROTECTION

Afin d'assurer une bonne visibilité, une zone de protection tout autour de la signature est prévue. Cette zone est déterminée à partir de la largeur de la patte de la lettre « q » du logotype et ce principe s'applique également aux sous-marques. Telle que présentée ci-dessous, cette mesure s'avère être l'espace minimum autour de la signature complète, espace qui devrait être libre de tout texte ou éléments graphiques.



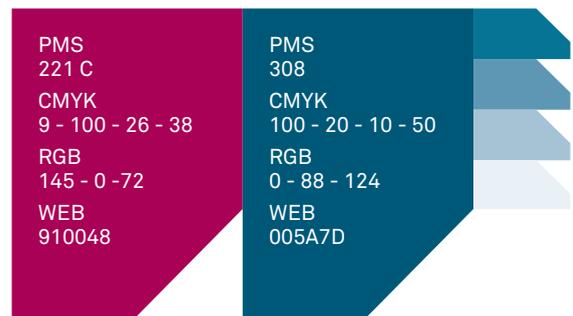
### RÉDUCTION MINIMALE

Afin d'offrir une bonne lisibilité du logo, un minimum de réduction a été déterminé et il doit en tout temps être respecté.



### COULEURS OFFICIELLES

Le logo a été développé en deux couleurs (PMS). Les couleurs CMYK et RGB peuvent aussi être utilisées. Les couleurs de ce guide sont les seules autorisées pour l'utilisation du logo de Avantages sociaux.



### POLICE DE CARACTÈRES

La police de caractères utilisée pour la dénomination usuelle du logo Avantages sociaux est le Uni Sans Heavy Caps.

### UNI SANS HEAVY CAPS

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET  
ADIPI SCING ELIT. NUNC GRAVIDA,  
AT ULTRICES ARCU VULPUTATE.**

# SOUS-MARQUES

## 1/ MÉDIC CONSTRUCTION



---

## 2/ CONSTRUIRE EN SANTÉ



---

## 3/ RÉGIME DE RETRAITE



## LA MARQUE

Cette section donne un aperçu clair et simple de l'identité visuelle de Main-d'oeuvre. L'application de ces normes est essentielle au maintien et au renforcement de l'image de la CCQ afin que toute application graphique soit associée à l'organisme. Nous vous invitons à suivre ces consignes afin de conserver une uniformité de l'image de marque.

### LE LOGO



#### 1/Version noire



#### 3/Version en renversé gris



#### 2/Version en renversé blanc



#### 4/Version en renversé couleur



## ESPACE DE PROTECTION

Afin d'assurer une bonne visibilité, une zone de protection tout autour de la signature est prévue. Cette zone est déterminée à partir de la largeur de la patte de la lettre « q » du logotype. Telle que présentée ci-dessous, cette mesure s'avère être l'espace minimum autour de la signature complète, espace qui devrait être libre de tout texte ou éléments graphiques.



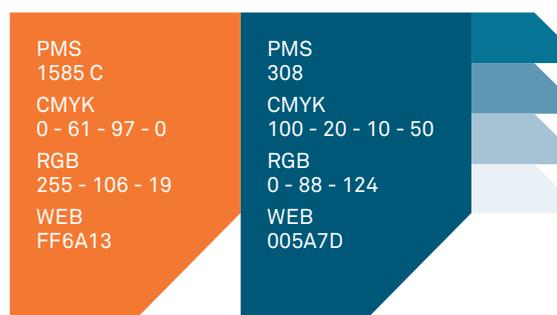
## RÉDUCTION MINIMALE

Afin d'offrir une bonne lisibilité du logo, un minimum de réduction a été déterminé et il doit en tout temps être respecté.



## COULEURS OFFICIELLES

Le logo a été développé en deux couleurs (PMS). Les couleurs CMYK et RGB peuvent aussi être utilisées. Les couleurs de ce guide sont les seules autorisées pour l'utilisation du logo de Main-d'oeuvre.



## POLICE DE CARACTÈRES

La police de caractères utilisée pour la dénomination usuelle du logo Main-d'oeuvre est le Uni Sans Heavy Caps.

## UNI SANS HEAVY CAPS

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET  
ADIPI SCING ELIT. NUNC GRAVIDA,  
AT ULTRICES ARCU VULPUTATE.**

## LA MARQUE

Cette section donne un aperçu clair et simple de l'identité visuelle de Formation perfectionnement. L'application de ces normes est essentielle au maintien et au renforcement de l'image de la CCQ afin que toute application graphique soit associée à l'organisme. Nous vous invitons à suivre ces consignes afin de conserver une uniformité de l'image de marque.

## LE LOGO



### 1/Version noire



### 3/Version en renversé gris



### 2/Version en renversé blanc



### 4/Version en renversé couleur



### ESPACE DE PROTECTION

Afin d'assurer une bonne visibilité, une zone de protection tout autour de la signature est prévue. Cette zone est déterminée à partir de la largeur de la patte de la lettre « q » du logotype. Telle que présentée ci-dessous, cette mesure s'avère être l'espace minimum autour de la signature complète, espace qui devrait être libre de tout texte ou éléments graphiques.



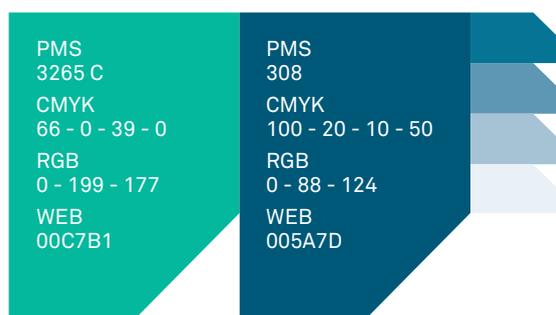
### RÉDUCTION MINIMALE

Afin d'offrir une bonne lisibilité du logo, un minimum de réduction a été déterminé et il doit en tout temps être respecté.



### COULEURS OFFICIELLES

Le logo a été développé en deux couleurs (PMS). Les couleurs CMYK et RGB peuvent aussi être utilisées. Les couleurs de ce guide sont les seules autorisées pour l'utilisation du logo de Formation perfectionnement.



### POLICE DE CARACTÈRES

La police de caractères utilisée pour la dénomination usuelle du logo Formation perfectionnement est le Uni Sans Heavy Caps.

UNI SANS HEAVY CAPS

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET  
ADIPI SCING ELIT. NUNC GRAVIDA,  
AT ULTRICES ARCU VULPUTATE.**

## LA MARQUE

Cette section donne un aperçu clair et simple de l'identité visuelle de Vérification enquête. L'application de ces normes est essentielle au maintien et au renforcement de l'image de la CCQ afin que toute application graphique soit associée à l'organisme. Nous vous invitons à suivre ces consignes afin de conserver une uniformité de l'image de marque.

## LE LOGO



### 1/Version noire



### 3/Version en renversé gris



### 2/Version en renversé blanc



### 4/Version en renversé couleur



## ESPACE DE PROTECTION

Afin d'assurer une bonne visibilité, une zone de protection tout autour de la signature est prévue. Cette zone est déterminée à partir de la largeur de la patte de la lettre « q » du logotype. Telle que présentée ci-dessous, cette mesure s'avère être l'espace minimum autour de la signature complète, espace qui devrait être libre de tout texte ou éléments graphiques.



## RÉDUCTION MINIMALE

Afin d'offrir une bonne lisibilité du logo, un minimum de réduction a été déterminé et il doit en tout temps être respecté.



## COULEURS OFFICIELLES

Le logo a été développé en deux couleurs (PMS). Les couleurs CMYK et RGB peuvent aussi être utilisées. Les couleurs de ce guide sont les seules autorisées pour l'utilisation du logo de Vérification enquête.

PMS Cool Grey 7 C	PMS 308
CMYK 20 - 14- 12 - 40	CMYK 100 - 20 - 10 - 50
RGB 151 - 153 - 155	RGB 0 - 88 - 124
WEB 97999B	WEB 005A7D

## POLICE DE CARACTÈRES

La police de caractères utilisée pour la dénomination usuelle du logo Vérification enquête est le Uni Sans Heavy Caps.

## UNI SANS HEAVY CAPS

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET  
ADIPI SCING ELIT. NUNC GRAVIDA,  
AT ULTRICES ARCU VULPUTATE.**

Pour toute information additionnelle,  
veuillez communiquer par courriel avec le  
département des communications de la CCQ :

1 888-842-8282

8485, avenue Christophe-Colomb, Montréal (Québec) H2M 0A7