

2



**Parcs
Québec**



**Réserves fauniques
Québec**



**Centres touristiques
Québec**

Imprimé du Réseau Sépaq et de ses constituantes

- 2.1 Imprimé du Réseau Sépaq
(seulement)*
- 2.2 Imprimés individuels de Parcs
Québec, Réserves fauniques Québec
et Centres touristiques Québec*
- 2.3 Imprimés combinés du Réseau Sépaq
avec Parcs Québec, Réserves
fauniques Québec et
Centres touristiques Québec*
- 2.4 Avis obligatoires : appel d'offres,
appel de candidature, etc.*

2.1



Imprimé du Réseau Sépaq (seulement)

- 2.1.1 *Applications de l'identification visuelle dans une publication ou une annonce publicitaire*
- 2.1.2 *Positionnement de l'identification visuelle dans les publications ou annonces publicitaires*

2.1.1 APPLICATIONS DE L'IDENTIFICATION VISUELLE DANS UNE PUBLICATION OU UNE ANNONCE PUBLICITAIRE

La **normalisation** de l'application des identifications visuelles constitue un autre repère qui permettra de reconnaître facilement les documents, publications ou annonces publicitaires signés par la Sépaq ou par un établissement du réseau.

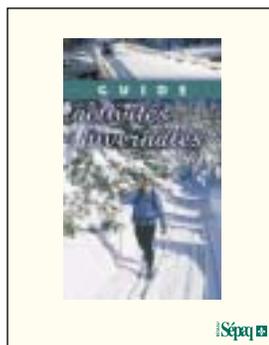
- L'identification visuelle **Réseau Sépaq** doit **toujours** être appliquée dans le **coin inférieur droit** de la couverture d'un document ou d'une annonce publicitaire.
- Elle peut accessoirement être accompagnée de celle de l'un des réseaux dans le **coin inférieur gauche** (Voir à la section 2.3).

En quadrichromie

- Privilégiez l'application de l'identification visuelle en couleurs (vert Sépaq) ou en renversé dans une bande noire ou de couleur.
- Trois scénarios :
 1. en couleurs après avoir atténué le fond image ou photographique
 2. en couleurs (vert Sépaq) dans le cadre (espace libre) du document
 3. en renversé dans une bande noire ou de couleur



1



2

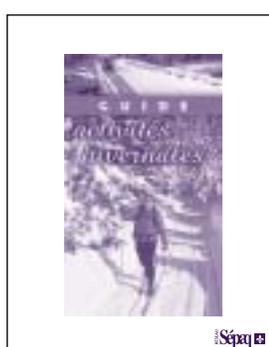
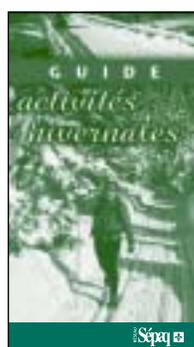


3

2.1.1 APPLICATIONS DE L'IDENTIFICATION VISUELLE DANS UNE PUBLICATION OU UNE ANNONCE PUBLICITAIRE (SUITE)

En trois, deux ou une couleurs

- Pour les impressions en deux ou trois couleurs, il est suggéré d'utiliser le vert Sépaq.
- Pour les impressions en une seule couleur UNIQUEMENT : il est préférable d'avoir recours à une application en renversé, si la couleur de fond permet un contraste suffisant.
- EXCEPTIONNELLEMENT, il est possible d'appliquer l'identification visuelle dans une autre couleur Pantone choisie (impression une couleur), uniquement si la couleur convient et permet un contraste suffisant.



2.1.2 POSITIONNEMENT DE L'IDENTIFICATION VISUELLES DANS LES PUBLICATIONS OU ANNONCES PUBLICITAIRES

L'un des éléments de **constance** nécessaire dans la construction d'une image de marque s'avère le **positionnement** de l'identification visuelle du Réseau Sépaq dans chacune des différentes publications ou annonces publicitaires.

Toujours positionner l'identification Réseau Sépaq dans le coin inférieur droit (en respectant sa zone de protection).



2.2



**Parcs
Québec**



**Réserves fauniques
Québec**



**Centres touristiques
Québec**

**Imprimés individuels de
Parcs Québec, Réserves
fauniques Québec et
Centres touristiques Québec**

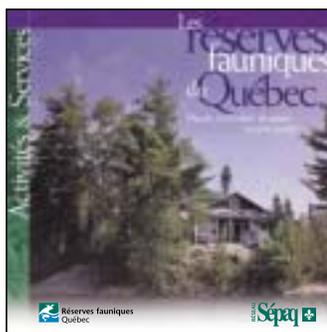
*2.2.1 Applications de l'identification visuelle
dans une publication ou une annonce
publicitaire*

2.2.1 APPLICATIONS DE L'IDENTIFICATION VISUELLE DANS UNE PUBLICATION OU UNE ANNONCE PUBLICITAIRE

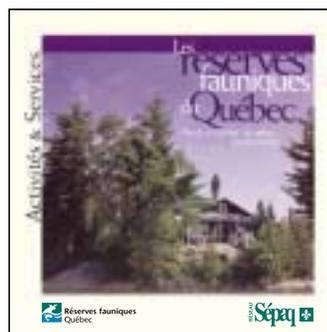
- Il est impératif de privilégier l'application de l'identification visuelle **en couleurs**.
- L'identification visuelle des réseaux doit toujours être appliquée dans le **coin inférieur gauche** de la couverture ou de l'annonce. Elle doit nécessairement être accompagnée de celle du Réseau Sépaq dans le **coin inférieur droit**.

En quadrichromie

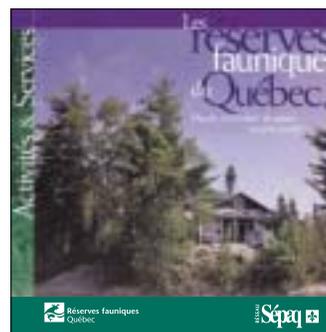
- Privilégiez l'application de l'identification visuelle en couleurs (vert-bleu-noir) ou en renversé dans une bande noire ou de couleur.
- Trois scénarios :
 1. en couleurs après avoir atténué le fond image ou photographique
 2. en couleurs (vert-bleu-noir) dans le cadre (espace libre) du document
 3. en renversé dans une bande noire ou de couleur



1



2



3



Parcs
Québec



Réserves fauniques
Québec

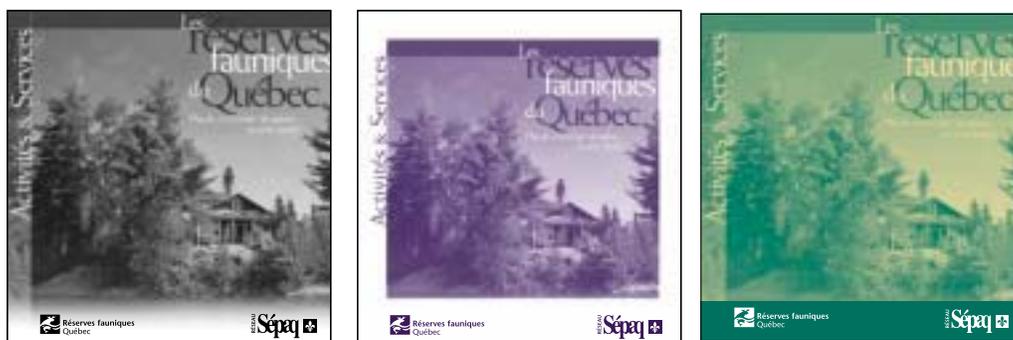


Centres touristiques
Québec

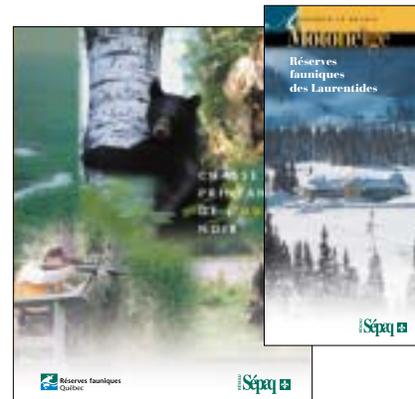
2.2.1 APPLICATIONS DE L'IDENTIFICATION VISUELLE DANS UNE PUBLICATION OU UNE ANNONCE PUBLICITAIRE (SUITE)

En trois, deux ou une couleurs

- Pour les impressions en trois couleurs, privilégiez l'utilisation des trois couleurs officielles de l'identification visuelle des réseaux (vert-bleu-noir)
- Pour les impressions en deux couleurs, il est suggéré d'utiliser au moins une des couleurs officielles. L'identification visuelle sera alors de cette couleur et en blanc.
- Pour les impressions en une seule couleur **UNIQUEMENT** : il est préférable d'avoir recours à une application en renversé, si la couleur de fond permet un contraste suffisant.
- **EXCEPTIONNELLEMENT**, il est possible d'appliquer l'identification visuelle dans une autre couleur Pantone choisie (impression une couleur), uniquement si la couleur convient et permet un contraste suffisant.



2.3



Imprimés combinés du Réseau Sépaq avec Parcs Québec, Réserves fauniques Québec et Centres touristiques Québec

- 2.3.1 *Normes d'application des identifications visuelles, selon les types de publications*
- 2.3.2 *Proportions et correspondances des identifications visuelles : Réseau Sépaq et ses constituantes*
- 2.3.3 *Réduction minimale des identifications visuelles : Réseau Sépaq et ses constituantes*
- 2.3.4 *Positionnement des identifications visuelles dans les publications ou les annonces publicitaires générales*
- 2.3.5 *Positionnement des identifications visuelles dans les publications ou les annonces publicitaires par établissement*
- 2.3.6 *Annonces publicitaires à signatures multiples*

2.3.1 NORMES D'APPLICATION DES IDENTIFICATIONS VISUELLES SELON LES TYPES DE PUBLICATIONS

Pour les fins de publicité, de promotion ou d'information, la Sépaq et ses constituantes produisent plusieurs documents de nature et de facture diverses. Nous ne pouvons faire ici l'inventaire de toutes les pièces publicitaires, promotionnelles ou d'information pouvant éventuellement être conçues et produites.

Les remarques ci-après visent cependant à établir des balises générales permettant de **reconnaître** et d'**identifier facilement** le matériel provenant de la Sépaq, de ses constituantes ou des établissements appartenant à l'un ou l'autre de ses trois réseaux.

De manière générale, il existe cinq types de publications :

- celles concernant l'**information générale** du Réseau Sépaq (incluant Parcs Québec, Réserves fauniques Québec et Centres touristiques Québec).
- celles concernant **uniquement** le réseau des **Parcs Québec**.
- celles concernant **uniquement** le réseau des **Réserves fauniques Québec**.
- celles concernant **uniquement** le réseau des **Centres touristiques Québec**.
- celles concernant **chacun des établissements** de l'un ou l'autre des trois réseaux.

Selon le cas, il faut prévoir des balises pour l'application de l'identification visuelle, qu'elle soit seule ou en groupe. Ces balises de **cohabitation graphique** ou de **hiérarchisation des logos** sont présentées ci-après.



2.3.2 PROPORTIONS ET CORRESPONDANCES DES IDENTIFICATIONS VISUELLES: RÉSEAU SÉPAQ ET SES CONSTITUANTES

Pour établir des balises claires et précises, nous avons recours à de nouvelles mesures-étalon pour chacune des identifications visuelles.

Mesure - étalon (grandeur réelle)



HX Correspond à la hauteur repère de chacune des identifications visuelles de la mesure-étalon. Une fois construites, il est possible d'agrandir ou de diminuer les identifications visuelles en respectant les contraintes de réduction de chacune (page suivante).

HX1 Détermine la hauteur de l'identification visuelle Réseau Sépaq, soit 21 mm.



HX2 Détermine la hauteur de chacune des identifications visuelles des constituantes-réseaux, soit 21 mm.



2.3.3 RÉDUCTION MINIMALE DES IDENTIFICATIONS VISUELLES: RÉSEAU SÉPAQ ET SES CONSTITUANTES

Pour s'assurer que les différentes identifications visuelles des constituantes du Réseau Sépaq soient clairement lisibles, il importe de ne pas réduire en-deça des pourcentages indiqués pour chacune des identifications, par rapport à leur mesure-étalon respective.

Application « en solitaire » de Réseau Sépaq (sans les autres identifications)

 3,5 mm Ne pas réduire à moins de 25 % de la mesure-étalon.

Applications multiples des identifications des constituantes, incluant Réseau Sépaq

 4,25 mm Ne pas réduire à moins de 30 % de la mesure-étalon.

6,5 mm  **Parcs Québec**
 **Réserves fauniques Québec**
 **Centres touristiques Québec**

Ne pas réduire à moins de 27 % de la mesure-étalon.

Applications exceptionnelles (équipements distinctifs)

6,5 mm  **Parc de la Gaspésie**
Gîte du Mont-Albert
 **Parc du Mont-Mégantic**
Astrolab
 **Réserve faunique de la Vérendrye**
Le Domaine
 **Réserve faunique des Laurentides**
Camp Mercier

Ne pas réduire à moins de 27 % de la mesure-étalon.



2.3.4 POSITIONNEMENT DES IDENTIFICATIONS VISUELLES DANS LES PUBLICATIONS OU LES ANNONCES PUBLICITAIRES GÉNÉRALES

En fonction d'un système de hiérarchisation des identifications visuelles, il importe que chacune des identifications puisse être très facilement et très clairement identifiable. De plus, il importe que l'appartenance de l'équipement au réseau-secteur et/ou au Réseau Sépaq puisse se faire facilement.

Certaines productions imprimées (publications générales ou annonces publicitaires) diffusent de l'information concernant l'ensemble du Réseau Sépaq. Dans ces cas-là, les identifications visuelles de toutes les constituantes du réseau doivent apparaître, en plus de celle du Réseau Sépaq.

Pour assurer une **cohérence** et une **constance** dans la diffusion des identifications, voici quelques règles de base à respecter :

- **Ne jamais utiliser l'identification visuelle dans un titre.**
Exemple :
Le Parc de la Gaspésie (logotype)
Une montagne de plaisirs! (typo)
- **L'identification d'un équipement (ou d'un réseau-secteur) doit toujours être inscrite en caractères d'impression (typo) comme le reste du titre.**
Exemple :
Le Parc de la Gaspésie (typo)
Une montagne de plaisirs! (typo)
- Cette procédure évite toute confusion entre un titre et une signature institutionnelle qui de toute façon n'existe pas.
(Ex. : Bell. Des gens de paroles.)
- Les dénominations des réseaux-secteurs (constituantes) **doivent également être inscrites en caractères typographiques (sans logotype) sur la page couverture ou en recto seulement.** Les identifications des réseaux-secteurs apparaîtraient alors à l'endos seulement.
- L'identification Réseau Sépaq doit **toujours apparaître dans le coin inférieur droit.**
- Lorsqu'il s'agit d'une publicité « réseau », toutes les identifications visuelles doivent apparaître, au bas de la publicité, dans un bandeau, un cadre ou une section atténuée, en respectant les zones de protection respectives et l'ordre de présentation suggéré.
- Les identifications doivent être positionnées à égale distance l'une de l'autre.



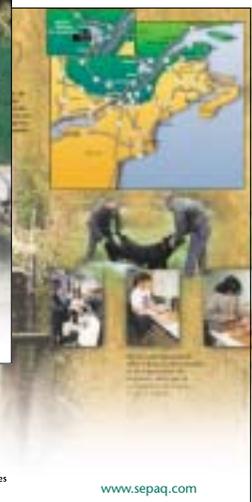
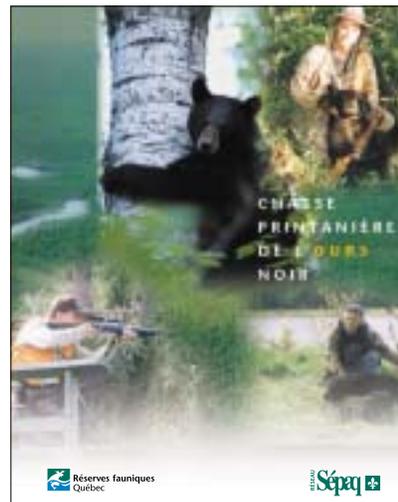
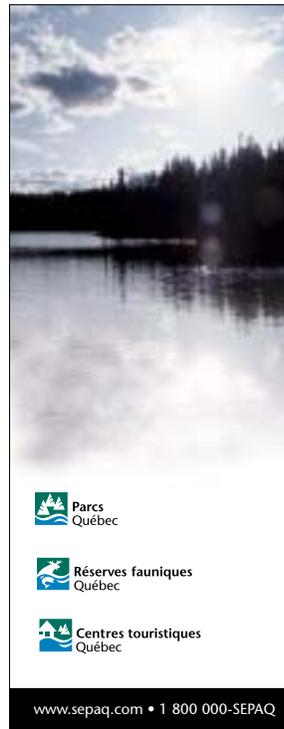
Les logos doivent être à égale distance entre eux.

Toujours placer le logo Réseau Sépaq dans le coin inférieur droit.

[Autres exemples, page suivante.]



2.3.4 POSITIONNEMENT DES IDENTIFICATIONS VISUELLES DANS LES PUBLICATIONS OU LES ANNONCES PUBLICITAIRES GÉNÉRALES (SUITE)



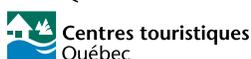
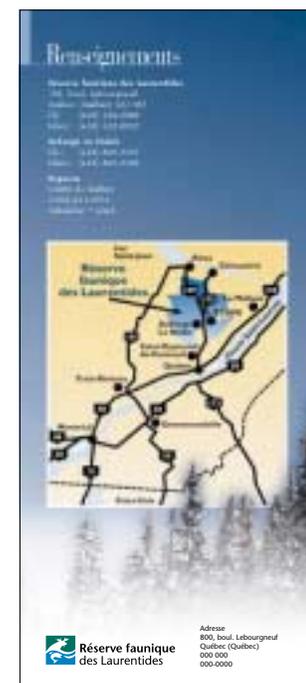
2.3.5 POSITIONNEMENT DES IDENTIFICATIONS VISUELLES DANS LES PUBLICATIONS OU LES ANNONCES PUBLICITAIRES PAR ÉTABLISSEMENT

- **Ne jamais utiliser l'identification visuelle dans un titre.**
Exemple :
Auberge Le Relais (logotype)
Réserve faunique des Laurentides (logotype)
Motoneige • Guide des sentiers (typo)
- **L'identification d'un équipement (ou d'un réseau-secteur) doit toujours être inscrite en caractères d'impression (typo) comme le reste du titre.**
Exemple :
Auberge Le Relais (typo)
Réserve faunique des Laurentides (typo)
Motoneige • Guide des sentiers (typo)
- Cette procédure évite toute confusion entre un titre et une signature institutionnelle qui de toute façon n'existe pas.
- L'identification du réseau-secteur (dans ce cas-ci « Réserves fauniques Québec ») doit apparaître dans le **coin inférieur gauche**.
- L'identification Réseau Sépaq doit **toujours** apparaître dans le **coin inférieur droit**.
- L'identification visuelle de l'équipement (Réserve faunique des Laurentides) apparaît à l'endos seulement, dans le **coin inférieur gauche**.

Recto



Verso



2.3.6 ANNONCES PUBLICITAIRES À SIGNATURES MULTIPLES

Certaines publications offrent des occasions de placement publicitaire où l'on retrouve plusieurs annonceurs dans une même page. Dans l'éventualité où plusieurs établissements du Réseau Sépaq se côtoient, nous présentons deux scénarios parmi d'autres.

Approche individuelle

Chacun des établissements du Réseau Sépaq conçoit son annonce indépendamment des autres dans la même page ou la même section. L'établissement **doit alors apposer ses identifications visuelles, ainsi que celle du Réseau Sépaq.**

Approche concertée

Les annonceurs du Réseau Sépaq, intéressés à effectuer un placement publicitaire dans une publication, se consultent et achètent un espace commun qu'ils aménagent selon leurs propres critères, tout en respectant les exigences techniques (dimensions maximales, avec ou sans marge perdue) du support média.

L'avantage d'une telle approche: chaque espace est indépendant, mais l'ensemble forme un tout cohérent. **Un espace commun**, réservé aux annonceurs de cette même page, **prévoit l'identification du Réseau Sépaq, ainsi que des coordonnées communes relatives aux renseignements et aux réservations.** Ce procédé remplace l'obligation de chacun d'inclure l'identification Réseau Sépaq dans son annonce.

À cela s'ajoute l'originalité et le caractère distinctif de cette section (page) par rapport aux autres pages de la publication. Pour y arriver, **un minimum de concertation est nécessaire**, mais, vous y gagnerez au change.

Peu importe l'approche retenue, les règles de base précédemment présentées s'appliquent en ce qui a trait au positionnement et à la hiérarchisation des identifications visuelles.

The image displays four distinct advertisement panels arranged in a 2x2 grid, separated by a vertical line. Each panel features a different background image and text layout, all including the Sépaq logo and contact information.

- Top Left:** "Vive l'été!" with a photo of people on bicycles. Logo: Parc d'Aigubelle.
- Top Right:** "Un lieu à découvrir" with a photo of a bear. Logo: Parc de Frontenac. Address: 800, boul. Untel Québec (Québec) 000 000 000-0000.
- Bottom Left:** "Relaxez cet été!" with a photo of a lake. Logo: Parc du Bic. Address: 800, boul. Untel Québec (Québec) 000 000 000-0000.
- Bottom Right:** "Motonéige" with a photo of a snow machine. Logo: Réserve faunique des Laurentides. Address: 800, boul. Untel Québec (Québec) 000 000 000-0000.

At the bottom of the grid, there are logos for "Parcs Québec", "Réserves fauniques Québec", and "Réseau Sépaq".

2.4

**Avis obligatoires:
appel d'offres,
appel de candidatures, etc.**

2.4.1 Appel d'offres

2.4.2 Appel de candidature

2.4.1 APPEL D'OFFRES

(à compléter • infos à venir)

2.4.2 APPEL DE CANDIDATURES

(à compléter • infos à venir)