

# Manuel des normes graphiques

Version 2  
Novembre 2013



## Table des matières

---

### **1. Introduction**

- 1.1 L'entreprise
- 1.2 Notre mission et nos valeurs
- 1.3 Le rôle de la marque et de l'identité visuelle

### **2. Logo**

- 2.1 Introduction
- 2.2 Logos avec signatures française et anglaise
- 2.3 Logo sans signature
- 2.4 Symbole
- 2.5 Construction et proportion du symbole
- 2.6 Construction et proportion du logo
- 2.7 Zone de protection et format minimal du logo avec signature
- 2.8 Zone de protection et format minimal sans signature
- 2.9 Zone de protection et format minimal du symbole
- 2.10 Positionnement et alignement du logo
- 2.11 Cadrage et alignement du symbole dans un format vertical
- 2.12 Cadrage et alignement du symbole dans un format horizontal
- 2.13 Applications en couleurs et noire
- 2.14 Applications sur fond blanc et fonds de couleurs
- 2.15 Mauvaises utilisations du logo
- 2.16 Nomenclature des fichiers électroniques

### **3. Éléments de l'identité visuelle**

- 3.1 Palettes de couleurs
- 3.2 Utilisation de la couleur
- 3.3 Famille typographique principale
- 3.4 Famille typographique secondaire
- 3.5 Hiérarchie typographique

### **4. Média électronique**

- 4.1 Signature courriel version longue
- 4.2 Signature courriel version courte

### **5. Éléments de papeterie**

- 5.1 Carte professionnelle
- 5.2 Entête de lettre
- 5.3 Enveloppe #10
- 5.4 Étiquette autocollante
- 5.5 Pochette corporative

### **6. Applications**

- 6.1 Élément de papeterie et clé USB
- 6.2 Cocarde
- 6.3 Bannières
- 6.4 Objets promotionnels
- 6.5 Objets promotionnels
- 6.6 Objets promotionnels

# 1.0 Introduction

---

- 1.1 L'entreprise
- 1.2 Mission et valeurs
- 1.3 Le rôle de la marque et de l'identité visuelle

# 1.1

## Introduction

---

## L'entreprise

---

Capsana est une organisation à vocation sociale détenue par les fondations de l'Hôpital Maisonneuve-Rosemont et du Centre Épic, ainsi que par la Fondation PSI, en lien avec l'Institut de Cardiologie de Montréal. Sa mission : aider les individus à devenir acteurs de leur santé. Créée en 1988 sous le nom d'ACTI-MENU, Capsana est dédiée exclusivement à la promotion de la santé et des saines habitudes de vie ainsi qu'à la prévention et à la gestion des maladies chroniques.

Initiatrice de campagnes sociétales reconnues telles que le *Défi Santé 5/30 Équilibre*, le *Défi J'arrête, j'y gagne !* et *Famille sans fumée*, Capsana intervient auprès du grand public, des municipalités et des familles. Elle est également présente en milieu de travail, où elle implante des programmes de promotion de la santé, en plus de réaliser des outils destinés au milieu clinique, dont des publications d'information pour les patients.

En mai 2013, l'organisation a reçu la certification *Entreprise en santé – Élite* du Bureau de normalisation du Québec.

Pour en savoir plus, visitez le [www.capsana.ca](http://www.capsana.ca)

# 1.2

## Introduction

---

## Mission et valeurs

---

### Notre mission

Aider les individus à devenir acteurs de leur santé.

### Nos valeurs

La transparence et l'intégrité sont au centre de nos relations avec nos clients et nos partenaires. Capsana privilégie des valeurs humaines et éthiques que toutes ses équipes s'engagent à respecter...

- en faisant preuve d'ENGAGEMENT
- en valorisant l'INNOVATION
- en interagissant avec RESPECT
- en établissant une réelle COLLABORATION
- en visant la PERFORMANCE

# 1.3

## Introduction

---

## Le rôle de la marque et de l'identité visuelle

---

L'identité visuelle d'une entreprise est la pierre angulaire de son image de marque. Elle en est l'expression tangible, visuelle et verbale. L'identité visuelle supporte, exprime, communique, synthétise et visualise l'essence de la marque.

Ce document a été conçu à l'attention des utilisateurs de l'identité visuelle de Capsana. Loin de freiner la créativité, l'application des normes graphiques vise à assurer une utilisation rationnelle, efficace et harmonieuse du logo et des autres composantes de l'identité visuelle. Le respect de ces règles assurera à Capsana une identité visuelle uniforme, puissante et cohérente.

En tout temps les normes graphiques doivent être rigoureusement respectées. Toute situation spécifique non prévue dans ce guide doit être soumise à l'attention de Cécile Bascoul, conseillère en communications graphiques : 514 985-2466, poste 272 ou par courriel à [cbascoul@capsana.ca](mailto:cbascoul@capsana.ca).

## 2.0 Logo

---

- 2.1 Introduction
- 2.2 Logos avec signatures française et anglaise
- 2.3 Logo sans signature
- 2.4 Symbole
- 2.5 Construction et proportion du symbole
- 2.6 Construction et proportion du logo
- 2.7 Zone de protection et format minimal du logo avec signature
- 2.8 Zone de protection et format minimal sans signature
- 2.9 Zone de protection et format minimal du symbole
- 2.10 Positionnement et alignement du logo
- 2.11 Cadrage et alignement du symbole dans un format vertical
- 2.12 Cadrage et alignement du symbole dans un format horizontal
- 2.13 Applications en couleurs et noire
- 2.14 Applications sur fond blanc et fonds de couleurs
- 2.15 Mauvaises utilisations du logo
- 2.16 Nomenclature des fichiers électroniques

## 2.1

### Logo

Le logo de Capsana est constitué du nom de l'entreprise (logotype), d'un symbole et d'une signature.

Le logo, dans son agencement illustré ci-contre, ne doit être modifié d'aucune façon. Afin de respecter l'intégrité du logo, seule l'utilisation de fichiers électroniques fournis par Capsana est permise.

### Introduction





## 2.2

### Logo

---

Les signatures «Activez votre santé» et «Activate your health» font partie intégrante du logo Capsana. Sauf pour de rares exceptions, le logo ne peut être employé seul sans sa signature.

Le logo, dans son agencement illustré ci-contre avec la signature, ne doit être modifié d'aucune façon. Afin de respecter l'intégrité du logo, seule l'utilisation de fichiers électroniques fournis par Capsana est permise.

### Logos avec signatures française et anglaise

---



## 2.3

### Logo

---

Le logo sans sa signature peut être utilisé dans les situations suivantes : comme application bilingue, sur des objets promotionnels, lorsque le logo doit être réduit et que la signature devient illisible.

Toute autre utilisation du logo sans son descripteur doit être approuvée par Capsana.

Le logo, dans son agencement illustré ci-contre, ne doit être modifié d'aucune façon. Afin de respecter l'intégrité du logo, seule l'utilisation de fichiers électroniques fournis par Capsana est permise.

### Logo sans signature

---



## 2.4

### Logo

---

Le symbole Capsana peut être utilisé seul comme élément graphique sur différents supports de communication ou objets promotionnels.

Lorsqu'il est utilisé comme élément graphique sur des outils de communication; brochure, éléments de papeterie, présentation PPT, etc., il doit toujours être accompagné de la version complète du logo.

Lorsqu'il est appliqué comme élément graphique sur des objets promotionnels, il peut être utilisé seul sans la version complète du logo.

Le logo, dans son agencement illustré ci-contre, ne doit être modifié d'aucune façon. Afin de respecter l'intégrité du logo, seule l'utilisation de fichiers électroniques fournis par Capsana est permise.

### Symbole

---



## 2.5

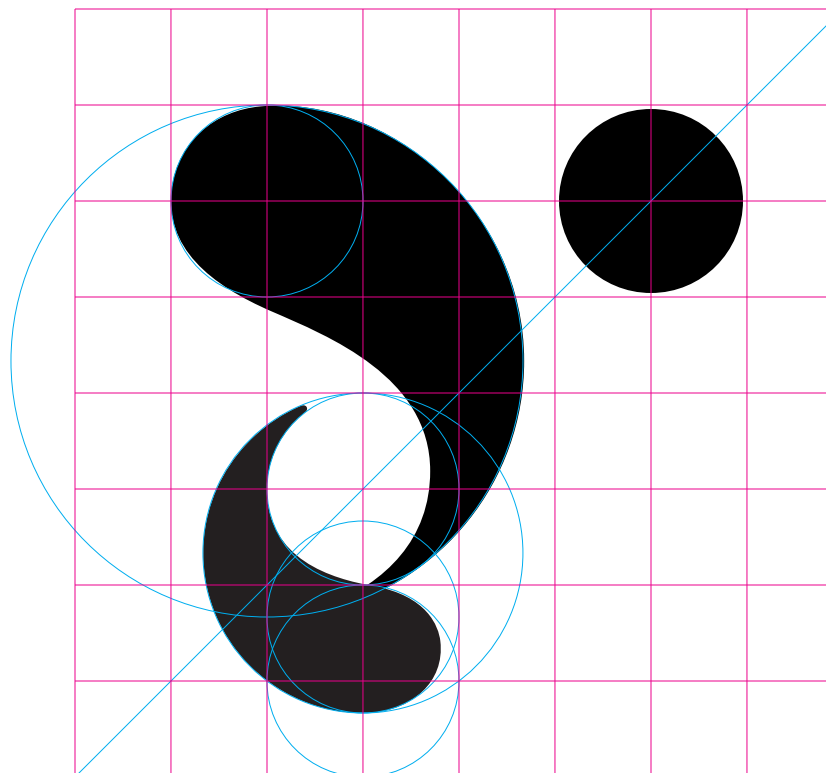
### Logo

---

L'illustration ci-jointe démontre la construction et les proportions du symbole Capsana. Le symbole est construit à partir d'une grille de 64 carrés, 8 carrés horizontaux et 8 carrés verticaux. Les proportions du symbole ne doivent être modifiées d'aucune façon. Afin de respecter l'intégrité du symbole, seule l'utilisation de fichiers électroniques fournis par Capsana est permise.

### Construction et proportion du symbole

---



## 2.6

### Logo

Les proportions du logo sont déterminées par une grille de construction. La dimension «x» est équivalente à la moitié de la hauteur des lettres (minuscules) du logo.

Chaque espace et alignement est en proportion avec la dimension «x» afin de créer une impression d'harmonie visuelle et de cohérence entre les différents éléments du logo.

### Construction et proportions du logo



## 2.7

### Logo

#### Zone de protection

Afin de préserver l'intégrité et la lisibilité du logo, une zone de protection équivalente à la hauteur des lettres minuscules doit être maintenue autour du logo.

Cet espace doit être entièrement libre d'éléments visuels (graphiques, typographiques ou autres).

#### Format minimal

Le format minimal du logo avec la signature ne doit jamais être plus petit que la taille indiquée dans l'illustration ci-dessous. En format plus petit, le logo perd son impact et sa lisibilité.

### Zone de protection et format minimal du logo avec signature



Format minimal : 40mm

## 2.8

### Logo

#### Zone de protection

Afin de préserver l'intégrité et la lisibilité du logo, une zone de protection équivalente à la hauteur des lettres minuscules doit être maintenue autour du logo.

Cet espace doit être entièrement libre d'éléments visuels (graphiques, typographiques ou autres).

#### Format minimal

Le format minimal du logo ne doit jamais être plus petit que la taille indiquée dans l'illustration ci-dessous. En format plus petit, le logo perd son impact et sa lisibilité.

### Zone de protection et format minimal sans signature



Capsana 

Format minimal : 25mm

## 2.9

### Logo

#### Zone de protection

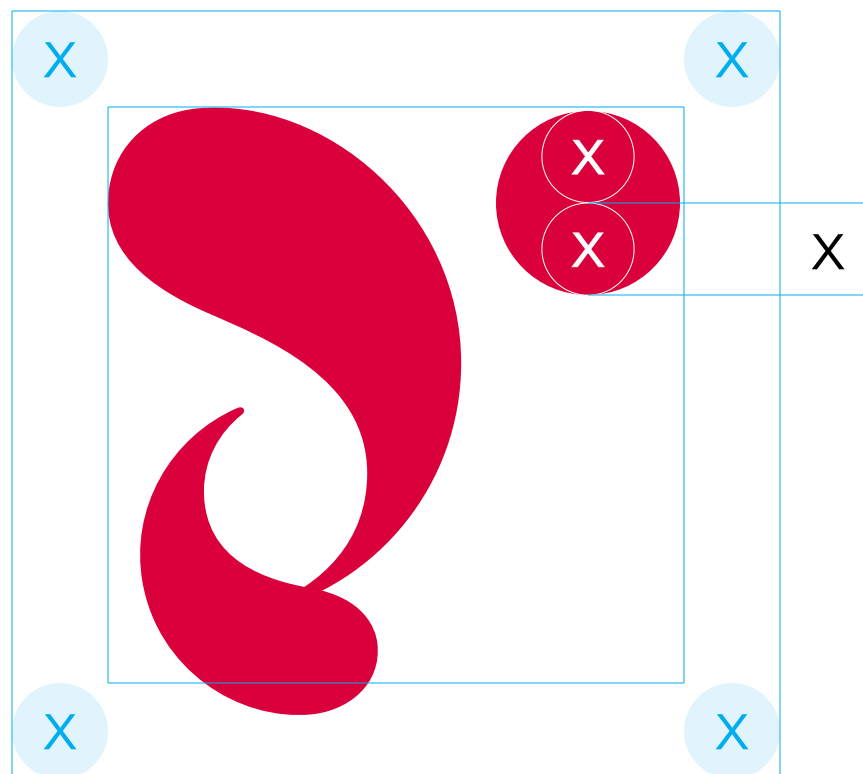
Afin de préserver l'intégrité et la lisibilité du symbole, une zone de protection équivalente à 50% de la hauteur du cercle rouge doit être maintenue autour du symbole.

Cet espace doit être entièrement libre d'éléments visuels (graphiques, typographiques ou autres).

#### Format minimal

Le format minimal du symbole ne doit jamais être plus petit que la taille indiquée dans l'illustration ci-dessous. En format plus petit, le symbole perd son impact et sa lisibilité.

### Zone de protection et format minimal du symbole



Format minimal : 6mm



## 2.10

### Logo

Le logo doit être aligné à droite idéalement. Il peut être placé en haut ou en bas de la page. Si la mise en page ne permet pas d'aligner le logo à droite, alors exceptionnellement, il peut être aligné soit à gauche ou au centre de la page.

#### Alignement en haut de page

Il doit y avoir un espace libre minimal équivalent à 3 fois (3x) la hauteur des lettres du logo entre le haut de la page et la partie supérieure des lettres.

Un espace minimal équivalent à la hauteur des lettres du logo (1x) doit être entièrement libre d'éléments visuels sous le logo.

La marge de droite doit être au «minimum» équivalente à la zone de protection du logo. La marge peut être plus grande selon la mise en page du document.

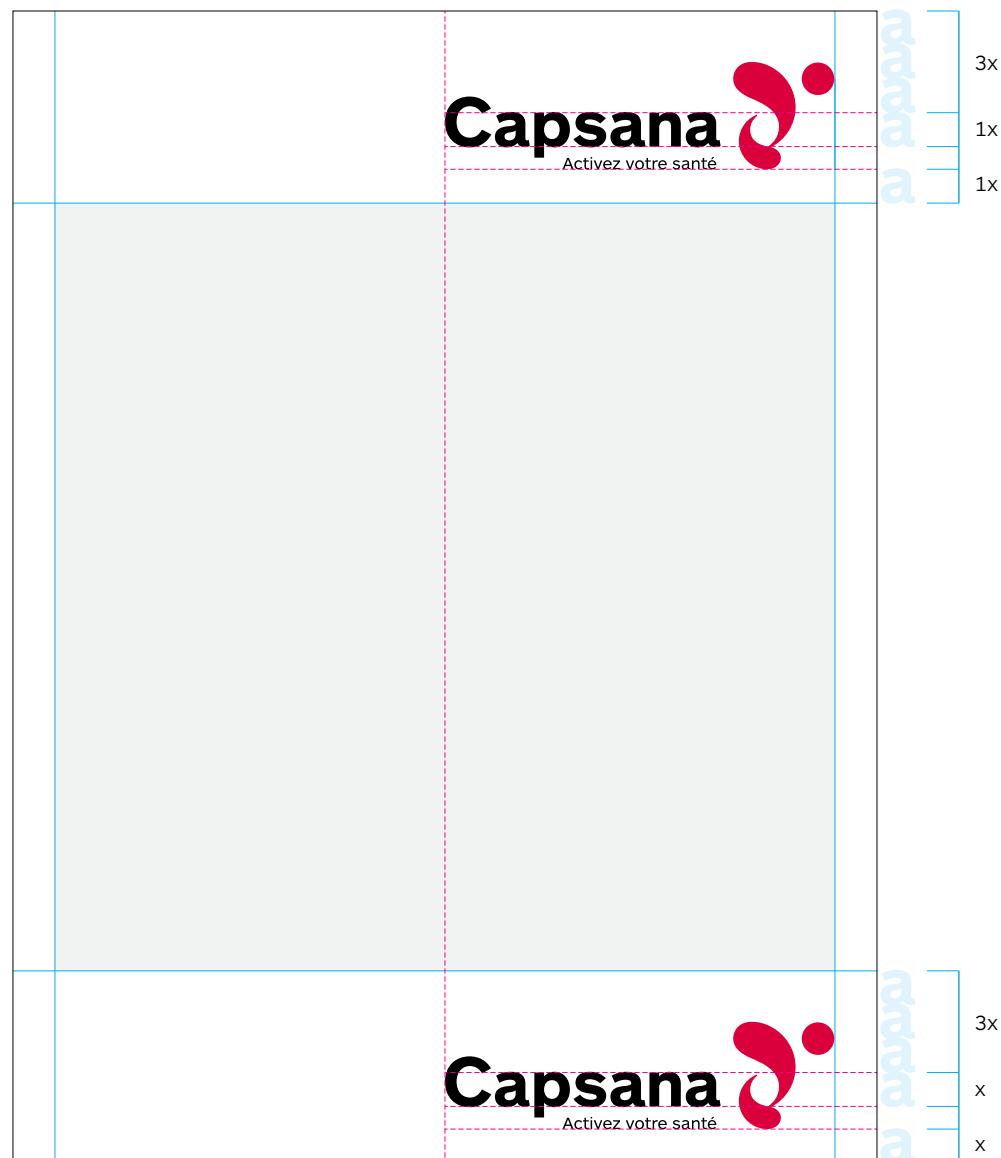
#### Alignement en bas de page

Il doit y avoir un espace minimal équivalent à la hauteur des lettres du logo (1x) entre la base du descripteur et le bas de la page.

Un espace minimal équivalent à 3 fois (3x) la hauteur des lettres du logo doit être entièrement libre d'éléments visuels au-dessus du logo.

La marge de droite doit être au «minimum» équivalente à la zone de protection du logo. La marge peut être plus grande selon la mise en page du document.

### Positionnement et alignement du logo





## 2.12

### Logo

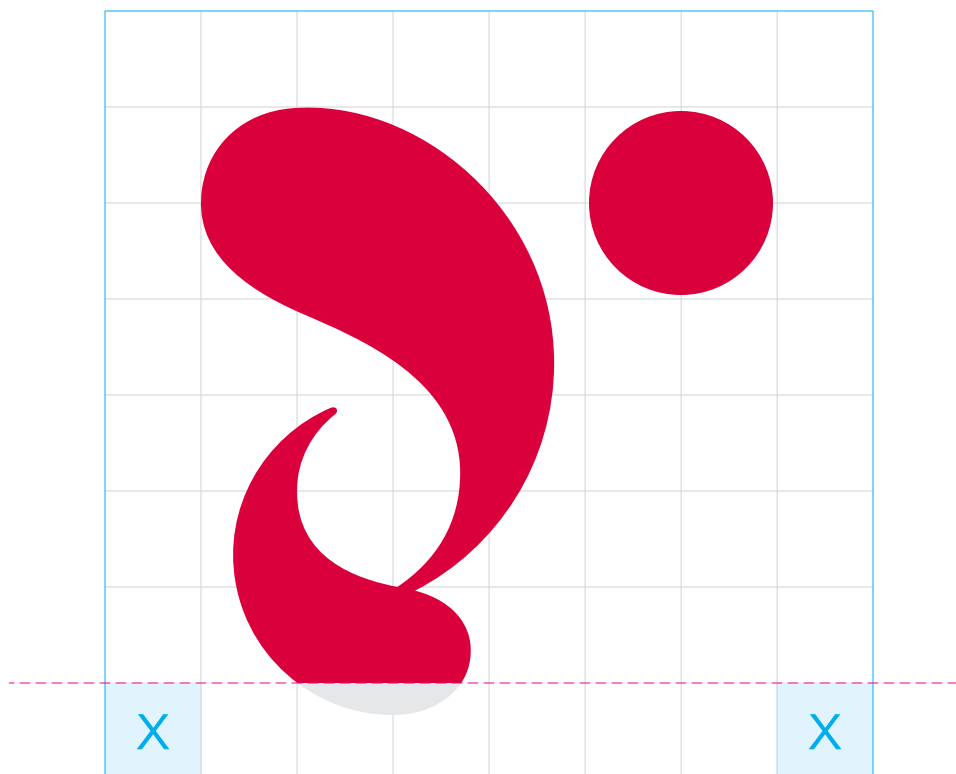
Lorsque le symbole est utilisé comme un élément graphique dans une mise en page au format horizontal, il peut être coupé, à marge perdue à sa base.

Le cadrage à marge perdue à la base du symbole lui permet d'être bien ancré dans la page et lui confère une certaine stabilité visuelle.

L'illustration ci-contre démontre comment le symbole doit être coupé. Il ne peut être coupé d'aucune autre façon lorsqu'il est utilisé dans une mise en page au format horizontal.

Afin de respecter l'intégrité du symbole, seule l'utilisation de fichiers électroniques avec marques de coupes fournis par Capsana est permise.

### Cadrage et alignement du symbole dans un format horizontal



## 2.13

### Logo

---

La couleur rouge PMS 186 fait partie intégrante de l'identité visuelle et de l'image de marque de Capsana. Elle doit être mise en évidence afin de favoriser la reconnaissance de l'entreprise.

Le symbole doit seulement être utilisé en noir, en blanc et en PMS 186 et ses équivalents.

La signature doit toujours être de la même couleur que le logotype Capsana.

Afin de respecter l'intégrité du logo, seule l'utilisation des fichiers électroniques, PMS, CMYK et RGB, fournis par Capsana est permise.

### Applications en couleurs et en noire

---

Version 2 couleurs



●	PMS 186		C2 M100 Y85 K6		R218 G0 B59		HTML #CE1126
●	PMS Noir		C0 M0 Y0 K100		R0 G0 B0		HTML #000000

---

Version noire



●	PMS Noir		C0 M0 Y0 K100		R0 G0 B0		HTML #000000
---	----------	--	---------------	--	----------	--	--------------

## 2.14

### Logo

Les exemples ci-contre illustrent les utilisations appropriées des différentes applications du logo sur un fond blanc et sur des fonds de couleurs.

#### Fond blanc

Lorsque le logo est appliqué sur un fond blanc, il peut être utilisé soit en deux couleurs, noir et PMS 186 ou ses équivalents ou en noir seulement. La signature doit toujours être de la même couleur que le logotype Capsana.

#### Fond rouge

Lorsque le logo est appliqué sur un fond rouge PMS 186 ou ses équivalents, il doit être renversé (blanc). Cette application du logo en renversé doit être la seule version utilisée sur un fond rouge.

#### Fond gris et noir

Lorsque le logo est appliqué sur un fond gris PMS 430 ou sur un fond noir, il peut être utilisé en renversé (blanc) avec le symbole rouge ou en renversé seulement.

La signature doit toujours être en renversé (blanc) afin de faciliter la lisibilité.

### Applications sur fond blanc et fonds de couleurs



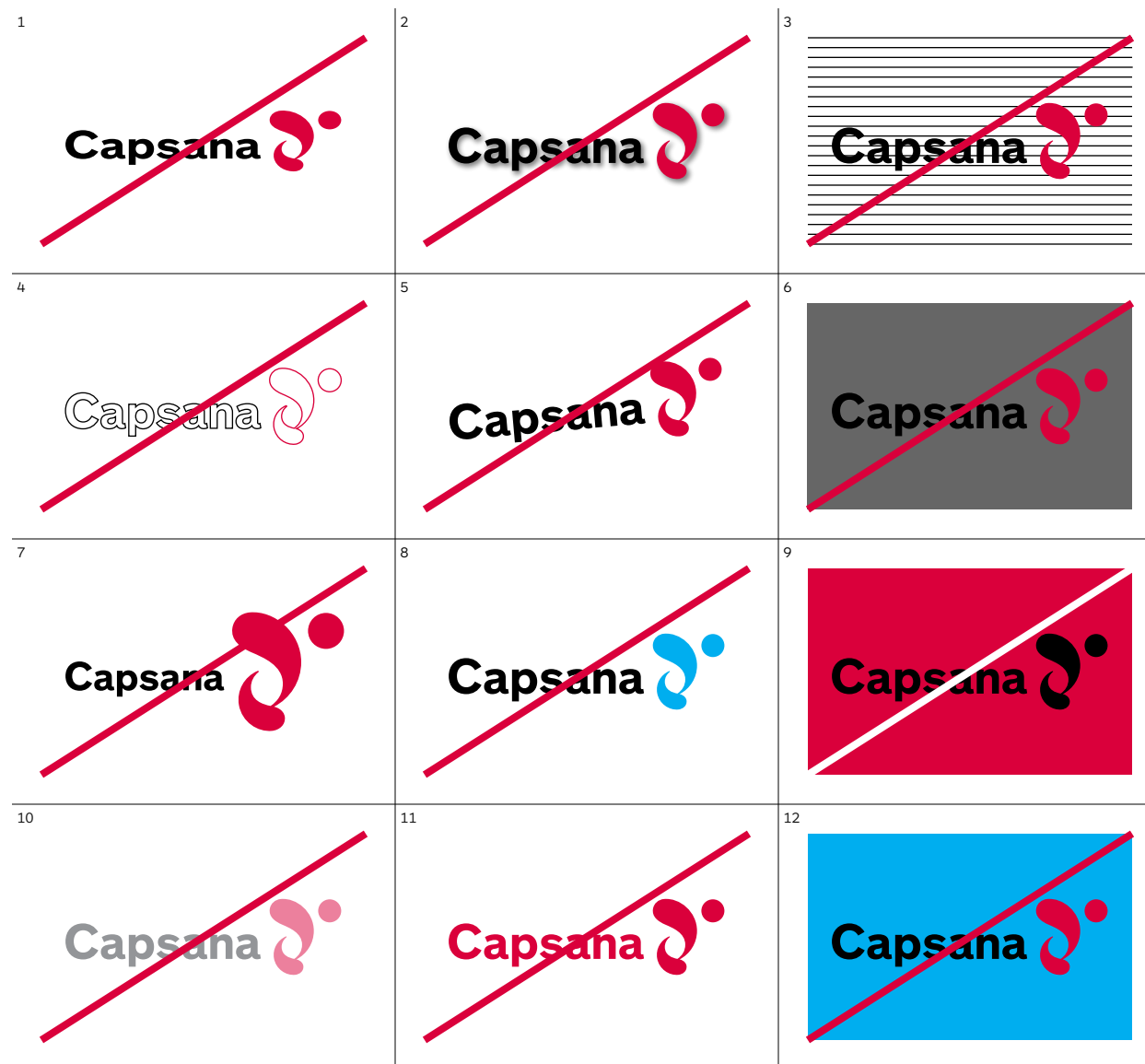
## 2.15

### Logo

Les exemples ci-contre illustrent certaines utilisations incorrectes du logo. Le logo ne doit être modifié d'aucune façon.

1. Ne pas déformer le logo.
2. Ne pas ajouter d'ombrage au logo.
3. Ne pas utiliser le logo sur un fond complexe.
4. Ne pas reproduire le logo avec un effet contour.
5. Ne pas changer l'orientation du logo.
6. Ne pas utiliser le logo sur un fond offrant peu de contraste
7. Ne pas changer l'agencement et la proportion des éléments.
8. Ne pas utiliser de couleurs autres que la couleur officielle, PMS 186 et noir.
9. Ne pas utiliser le logo en noir sur un fond rouge.
10. Ne pas reproduire le logo avec une trame.
11. Ne pas changer l'agencement des couleurs du logo.
12. Ne pas utiliser le logo en couleur sur un fond de couleur autre que les couleurs prescrites.

### Mauvaises utilisations du logo



## 2.16

### Logo

Convention à respecter pour la nomenclature des fichiers électroniques des logos

#### PMS

Les couleurs du système Pantone sont obtenues à partir d'encre mélangées par le pressier avant d'imprimer. Elles sont utilisées généralement pour obtenir des aplats de couleurs solides.

#### CMYK / Quadrichromie

La quadrichromie ou CMJN (cyan, magenta, jaune, noir) (en anglais CMYK, cyan, magenta, yellow, key) est un procédé d'imprimerie permettant de reproduire un large spectre colorimétrique à partir des trois teintes de base (le cyan, le magenta et le jaune ou yellow en anglais) auxquelles on ajoute le noir.

#### RGB

Les couleurs RGB sont les couleurs primaires en synthèse additive. Elles correspondent aux trois longueurs d'ondes auxquelles répondent les trois types de cônes de l'œil humain. Elles sont utilisées pour l'affichage sur les écrans.

### Nomenclature des fichiers électroniques

# Capsana\_logo\_CMYK\_FR.AI

Identifiant	Type de fichier	Système de couleurs	Langue	Extension
	Logo Symbole	PMS – Pantone CMYK – Quadrichromie RGB – Pour écran / web NOIR – Noir positif BLANC – Renversé	Français Anglais	.AI .JPG .EPS .PNG

## 3.0 Éléments de l'identité visuelle

---

- 3.1 Palettes de couleurs
- 3.2 Utilisation de la couleur
- 3.3 Famille typographique principale
- 3.4 Famille typographique secondaire
- 3.5 Hiérarchie typographique



# 3.1

## Éléments de l'identité visuelle

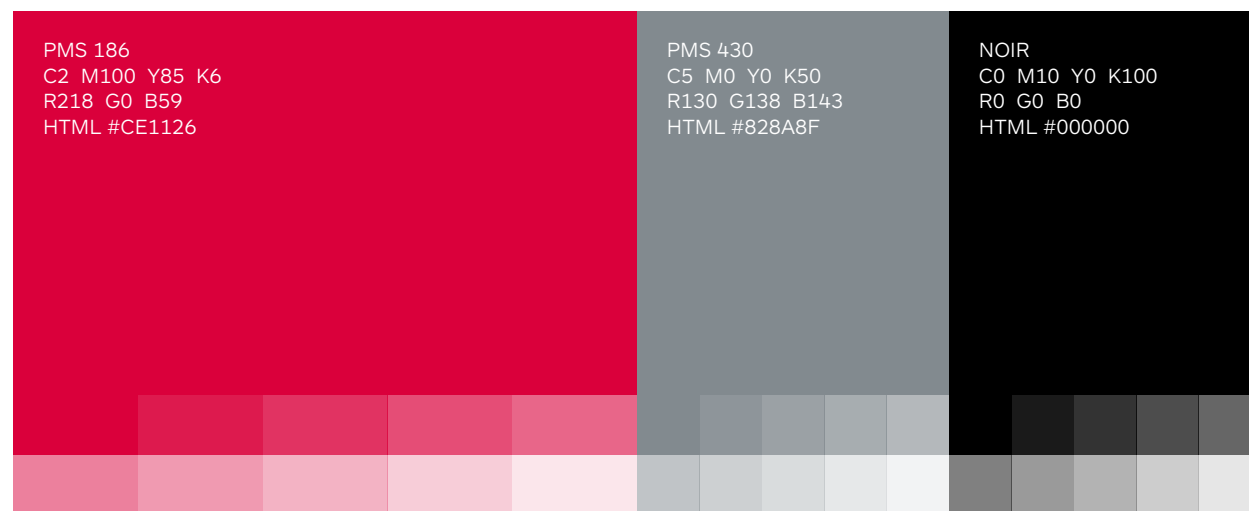
### Palette de couleurs principales

Les couleurs principales font partie intégrante de l'identité visuelle et de l'image de marque de Capsana. Elles doivent être mises en évidence afin de favoriser la reconnaissance de l'entreprise. Seules les couleurs principales peuvent être utilisées pour la production de pièces de communication corporative telles que : les éléments de papeterie, les pochettes corporatives, les présentations PowerPoint, etc.

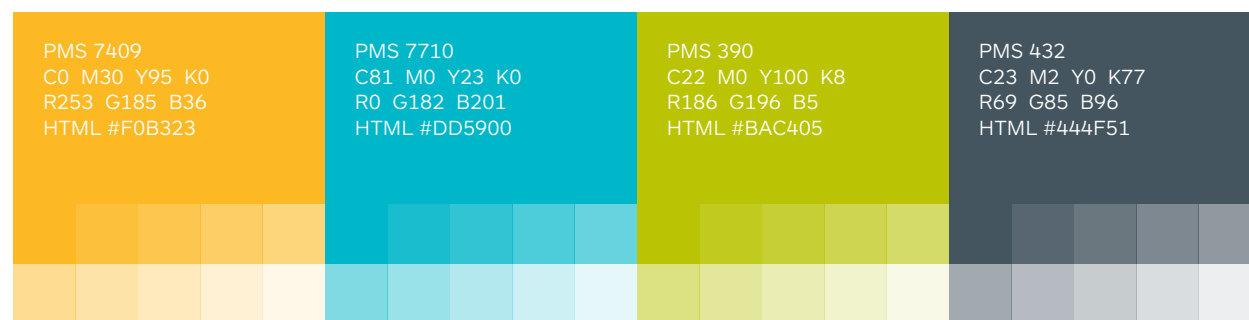
### Palette de couleurs secondaires

Les couleurs secondaires doivent être utilisées de façon complémentaire aux couleurs primaires. Elles doivent être utilisées comme accent sans jamais prédominer sur les couleurs primaires. Les couleurs secondaires peuvent être utilisées dans la production d'outils de communication promotionnels et publicitaires. Elles peuvent aussi servir à la production d'éléments d'identification et de signalisation.

## Palettes de couleurs



Palette de couleurs principales



Palette de couleurs secondaires

## 3.2

### Éléments de l'identité visuelle

La palette de couleurs principales doit composer environ 75% des couleurs utilisées dans la mise en page d'un document.

La palette de couleurs secondaires doit être utilisée partiellement afin de mettre en évidence certains éléments graphiques et typographiques. Elle ne doit pas excéder 25% de l'utilisation totale des couleurs présentes dans la mise en page.

L'utilisation de teintes (trames) des couleurs principales et secondaires est permise afin de dynamiser et structurer l'information.

75% de  
la mise en page

25% de  
la mise en page

### Utilisation de la couleur

100% Logo		100% Typographie	100% Typographie
Espace blanc		50%	50%
		25%	25%
100%	100%	100%	100%
50%	50%	50%	50%

## 3.3

### Éléments de l'identité visuelle

---

La typographie est l'un des éléments les plus importants de l'identité visuelle de Capsana. L'utilisation constante et rigoureuse de la même police de caractère aide à différencier et distinguer l'image de marque de Capsana.

La police de caractères utilisée est l'*ARS Maquette Pro*. La fonte existe en version open type pour Mac et PC et est disponible en plusieurs graisses :

- ARS Maquette Pro Light
- *ARS Maquette Pro Italique*
- ARS Maquette Pro Regular
- *ARS Maquette Pro Regular Italique*
- ARS Maquette Pro Medium
- *ARS Maquette Pro Medium Italique*
- **ARS Maquette Pro Bold**
- ***ARS Maquette Pro Bold Italique***
- **ARS Maquette Pro Black**
- ***ARS Maquette Pro Black Italique***

Les graisses à privilégier sont les versions Light, Regular et Bold.

### Famille typographique principale

---

# ARS Maquette Pro

---

ARS Maquette Pro Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890@#\$%?!&\* /:;. <=>{ }«»

ARS Maquette Pro Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890@#\$%?!&\* /:;. <=>{ }«»

ARS Maquette Pro Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890@#\$%?!&\* /:;. <=>{ }«»**

## 3.4

### Éléments de l'identité visuelle

---

La famille typographique Arial est la police de caractère secondaire. Elle peut être utilisée pour les applications suivantes : les présentations PPT, les gabarits de papeterie et autres documents en format Word.

La police de caractère Arial doit seulement être utilisée lorsqu'il est impossible d'utiliser la police de caractère principale.

Pour les textes en format HTML, le site internet et les infolettres, la typographie secondaire utilisée est l'Open Sans (Google fonte).

### Famille typographique secondaire

---

# Arial

---

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890@#\$%?!&\* /:;.<=>{ }«»

Arial Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890@#\$%?!&\* /:;.<=>{ }«»**

Arial Black

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890@#\$%?!&\* /:;.<=>{ }«»**

## 3.5

### Éléments de l'identité visuelle

L'exemple ci-contre démontre la hiérarchie typographique type dans une mise en page.

#### Titres niveau 1

Pour les titres de niveau 1  
le ARS Maquette Pro Regular  
est recommandé.

#### Texte d'introduction

Pour les textes d'introduction,  
le ARS Maquette Pro Regular  
est recommandé.

#### Titres niveau 2

Pour les titres de niveau 2  
le ARS Maquette Pro Bold  
est recommandé.

#### Titres niveau 3 (sous-titres)

Pour les titres de niveau 3  
le ARS Maquette Pro Bold  
est recommandé.

#### Textes courants

Pour le texte courant, il est recommandé d'utiliser  
le ARS Maquette Pro Regular. Pour faire ressortir  
certains mots, ou mettre un extrait en évidence,  
l'utilisation de l'italique est préférable à l'utilisation  
abusive des majuscules ou de caractères gras.

### Hiérarchie typographique

ARS Maquette Pro  
Regular  
[24 pt.  
PMS 430

## — Titres niveau 1

ARS Maquette Pro  
Regular  
[14 / 15 pt.  
PMS 186

— Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing  
sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laore  
dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim minim  
veniam quis nostrud exerci ullamcorper suscipit.

ARS Maquette Pro  
Bold  
[11 / 10 pt.  
PMS 186

## — Titres niveau 2

ARS Maquette Pro  
Bold  
[9 / 10 pt.  
PMS 430

### — Titres niveau 3

— Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh  
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim at  
ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliq  
ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulput  
velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros  
et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit  
duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipis  
cing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna  
erat volutpat consequat, vel illum dolore.

ARS Maquette Pro  
Regular  
[9 / 10 pt.  
PMS 430

### — Titres niveau 3

— Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobo  
nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hend  
vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at  
eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril  
augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleif  
option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim.

— Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh  
tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim,  
quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commo.  
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie cons,  
vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.

## 4.0 Média électronique

---

- 4.1 Signature courriel version longue
- 4.2 Signature courriel version courte

# 4.1

## Média électronique

L'exemple ci-contre démontre la mise en page recommandée pour la signature courriel.

Il est possible de remplacer le numéro de fax par le numéro de cellulaire au besoin.


## Signature courriel version longue

The diagram illustrates the layout of a long email signature within an email client window. The window has a standard header with a search bar and navigation icons. The email header shows 'From: Prénom Nom', 'Subject: Normes graphiques', 'Date: 01 novembre, 2013 10:14AM GMT', and 'Cc:'. Below the header is a signature icon. The main body of the email contains the following text:


Madame,  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulpu tate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan.

Cordialement,  
Prénom Nom

**Prénom Nom**  
Titre  
T 514 985-2466, poste 255 | F 514 844-0786  
300, rue Léo-Pariseau | 18<sup>e</sup> étage, bureau 1810 | Montréal (Québec) H2X 4B3  
[www.capsana.ca](http://www.capsana.ca)

**Capsana**   
Partenaire santé

En octobre 2013, ACTI-MENU est devenue Capsana.  
Capsana est une organisation à vocation sociale détenue par les fondations de l'Hôpital Maisonneuve-Rosemont et du Centre Épic, ainsi que par la Fondation PSI, en lien avec l'Institut de Cardiologie de Montréal.  
Sa mission est d'aider les individus à devenir acteurs de leur santé.

  
Certifiée Entreprise en santé – Élite.

Annotations on the left side of the diagram:

- Texte : Arial Regular 10 pt (points to the main body text)
- Titre : Arial Bold 9 pt (points to the name in the contact information)
- Texte : Arial Regular 9 pt (points to the contact information text)
- Interlignage 8 pt (points to the contact information text)
- Titre : Arial Bold 8 pt (points to the name in the mission statement)
- Texte : Arial Regular 8 pt (points to the mission statement text)
- Interlignage 5 pt (points to the mission statement text)
- Texte : Arial Regular 8 pt (points to the mission statement text)

## 4.2

### Média électronique

L'exemple ci-contre démontre la mise en page recommandée pour la signature courriel.

Il est possible de remplacer le numéro de fax par le numéro de cellulaire au besoin.

### Signature courriel version courte

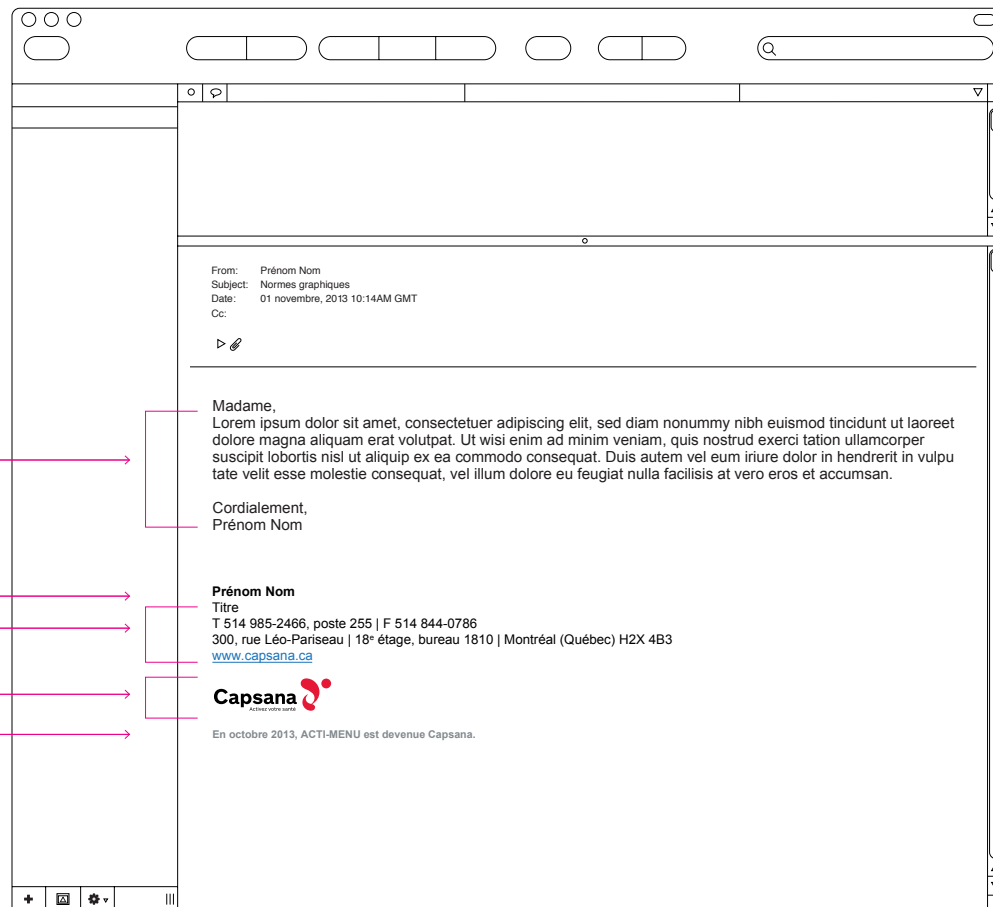
Texte : Arial Regular 10 pt

Titre : Arial Bold 9 pt

Texte : Arial Regular 9 pt

Interlignage 8 pt

Titre : Arial Bold 8 pt





## 5.0 Éléments de papeterie

---

- 5.1 Carte professionnelle
- 5.2 Entête de lettre + suite
- 5.3 Enveloppe #10
- 5.4 Étiquette autocollante
- 5.5 Pochette corporative

## 5.1

### Éléments de papeterie

Les différents éléments de la papeterie (carte professionnelle, papier à en-tête, enveloppe et étiquette) ont été conçus selon un système graphique qui en assure la cohérence et l'uniformité.

Afin d'assurer l'uniformité dans la façon dont Capsana se présente, toutes cartes professionnelles doivent respecter le modèle et la disposition ci-contre. Des fichiers électroniques ont été préparés pour la production des différents éléments de la papeterie en version française.

### Carte professionnelle



## 5.2

### Éléments de papeterie

Afin d'assurer l'uniformité dans la façon dont Capsana se présente, toute entête de lettre doit respecter le modèle et la disposition ci-contre.

Des fichiers électroniques ont été préparés pour la production des différents éléments de la papeterie en version française.

Il existe aussi des versions électroniques de l'entête de lettre en format Microsoft Word afin de faciliter l'envoi de lettres officielles par courriel.

### Entête de lettre

**Capsana**  
Activez votre santé

Date

Nom du destinataire  
Titre  
Entreprise  
Adresse, bureau  
Ville (Province) Code Postal  
Pays

Objet

(Appel),

La marge de gauche à 1,25 po et celle de droite à 1 po. La date est placée à 2,25 po du haut de la page. L'adresse du destinataire est à deux interlignes sous la date. L'objet est placé à un interligne sous l'adresse. L'appel est placé à deux interlignes sous l'objet. Le corps de la lettre est à un interligne sous l'appel.

Le texte est composé en Arial Régulier, 10/12pt. Le texte est justifié avec la marge de gauche. Les paragraphes sont séparés par un interligne.

La salutation est placée à deux interlignes sous le dernier paragraphe de la lettre. Il y a un espace de quatre interlignes sous la salutation pour la signature de l'expéditeur. Le nom et le titre de l'expéditeur sont placés sur deux lignes, sous l'espace réservé à la signature.

(Salutation).

Nom de l'expéditeur  
Titre

Capsana inc.  
300, rue Léo-Pariseau  
18<sup>e</sup> étage, bureau 1810  
Montréal (Québec)  
H2X 4B3  
T 514 985-2466  
F 514 844-0786  
info@capsana.ca  
www.capsana.ca

**Capsana**

## 5.3

### Éléments de papeterie

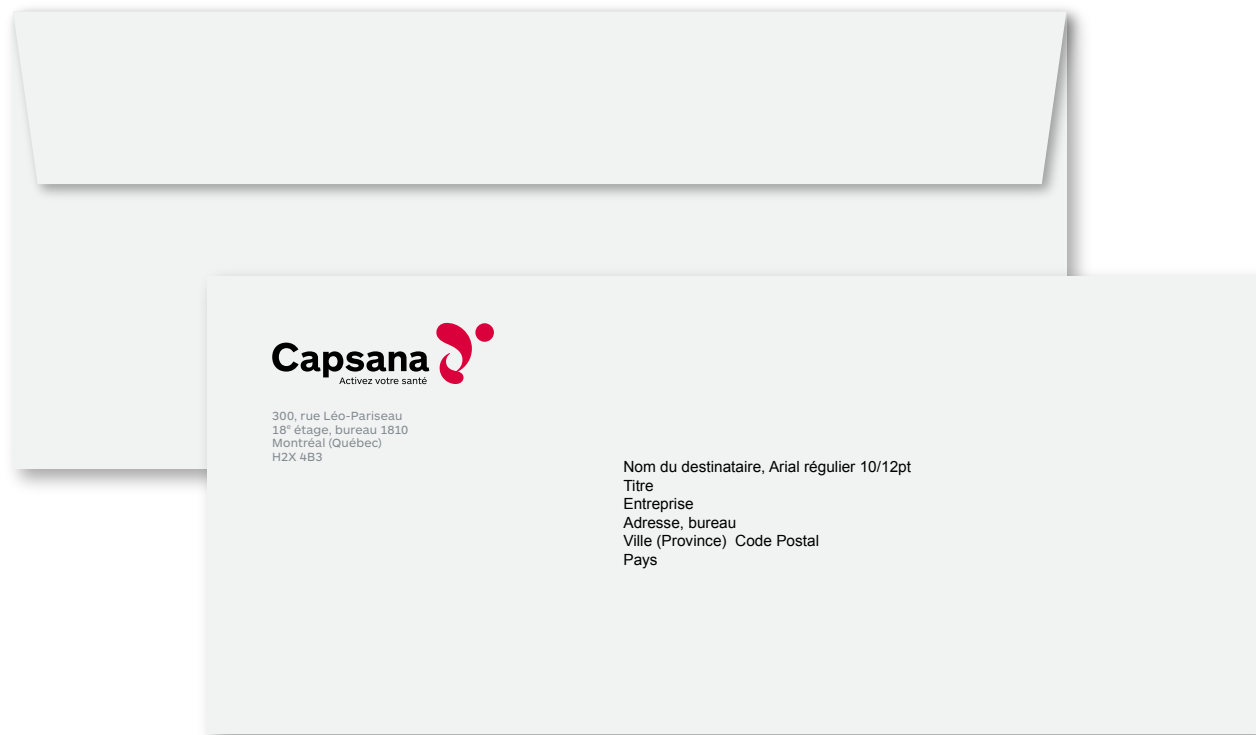
---

Afin d'assurer l'uniformité dans la façon dont Capsana se présente, toute enveloppe doit respecter le modèle et la disposition ci-contre.

Des fichiers électroniques ont été préparés pour la production des différents éléments de la papeterie en version française.

### Enveloppe #10

---



## 5.4

### Éléments de papeterie

---

Afin d'assurer l'uniformité dans la façon dont Capsana se présente, toute étiquette doit respecter le modèle et la disposition ci-contre.

Des fichiers électroniques ont été préparés pour la production des différents éléments de la papeterie en version française.

### Étiquette autocollante

---

300, rue Léo-Pariseau  
18<sup>e</sup> étage, bureau 1810  
Montréal (Québec)  
H2X 4B3

Nom du destinataire, Arial régulier 10/12pt  
Titre  
Entreprise  
Adresse, bureau  
Ville (Province) Code Postal  
Pays



## Éléments de papeterie

Capsana – Manuel des normes graphiques

## Version 2 – Novembre 2013

## 6.0 Applications

---

- 6.1 Élément de papeterie et clé USB
- 6.2 Cocarde
- 6.3 Bannières
- 6.4 Objets promotionnels
- 6.5 Objets promotionnels
- 6.6 Objets promotionnels

# 6.1

## Applications

Les exemples d'applications ci-contre démontrent comment le symbole et le logo de Capsana peuvent être appliqués sur des objets promotionnels et outils de communication divers.

Il est préférable d'utiliser le logo Capsana sans la signature. Le symbole peut parfois être utilisé seul lorsqu'il est difficile d'appliquer le logo complet. Toute application du logo ou du symbole à des fins promotionnelles doit être approuvée par Capsana.

## Élément de papeterie et clé USB





## 6.2

### Applications

---

Les exemples d'applications ci-contre démontrent comment le symbole et le logo de Capsana peuvent être appliqués sur des objets promotionnels et outils de communication divers.

Il est préférable d'utiliser le logo Capsana sans la signature. Le symbole peut parfois être utilisé seul lorsqu'il est difficile d'appliquer le logo complet. Toute application du logo ou du symbole à des fins promotionnelles doit être approuvée par Capsana.

### Cocarde

---



## 6.3

### Applications

Les exemples d'applications ci-contre démontrent comment le symbole et le logo de Capsana peuvent être appliqués sur des objets promotionnels et outils de communication divers.

Il est préférable d'utiliser le logo Capsana sans la signature. Le symbole peut parfois être utilisé seul lorsqu'il est difficile d'appliquer le logo complet. Toute application du logo ou du symbole à des fins promotionnelles doit être approuvée par Capsana.

### Bannières



## 6.4

### Applications

---

Les exemples d'applications ci-contre démontrent comment le symbole et le logo de Capsana peuvent être appliqués sur des objets promotionnels et outils de communication divers.

Il est préférable d'utiliser le logo Capsana sans la signature. Le symbole peut parfois être utilisé seul lorsqu'il est difficile d'appliquer le logo complet. Toute application du logo ou du symbole à des fins promotionnelles doit être approuvée par Capsana.

### Objets promotionnels

---



## 6.5

### Applications

---

Les exemples d'applications ci-contre démontrent comment le symbole et le logo de Capsana peuvent être appliqués sur des objets promotionnels et outils de communication divers.

Il est préférable d'utiliser le logo Capsana sans la signature. Le symbole peut parfois être utilisé seul lorsqu'il est difficile d'appliquer le logo complet. Toute application du logo ou du symbole à des fins promotionnelles doit être approuvée par Capsana.

### Objets promotionnels

---



## 6.6

### Applications

---

Les exemples d'applications ci-contre démontrent comment le symbole et le logo de Capsana peuvent être appliqués sur des objets promotionnels.

Il est préférable d'utiliser le logo Capsana sans la signature. Le symbole peut parfois être utilisé seul lorsqu'il est difficile d'appliquer le logo complet. Toute application du logo ou du symbole à des fins promotionnelles doit être approuvée par Capsana.

### Objets promotionnels

---



Capsana inc.  
300, rue Léo-Pariseau  
18<sup>e</sup> étage, bureau 1810  
Montréal (Québec)  
H2X 4B3  
T 514 985-2466  
F 514 844-0786  
info@capsana.ca  
www.capsana.ca