

Guide de l'image de marque



Faire rayonner notre monde.

Nous sommes un groupe coopératif avec une vision fédératrice. Nous sommes Sollio Groupe Coopératif, composés de gens dévoués, passionnés et résilients qui partagent les mêmes valeurs et le même désir d'offrir le meilleur d'eux-mêmes.

Notre force? Nos gens, notre réseau, notre volonté commune d'agir pour les générations futures, se battre pour la vitalité de nos communautés et faire évoluer nos pratiques autour de projets de la terre à la table.

Notre marque, c'est notre histoire, notre fierté. Il faut en prendre soin parce qu'elle nous permet de nous montrer sous notre vrai jour : comme un groupe de gens passionnés qui se tiennent debout et qui se dévouent pour le bien commun.

Ce guide vous indiquera comment faire vivre notre marque. Consultez-le et si vous n'y trouvez pas les réponses que vous cherchez, n'hésitez pas à nous contacter à l'adresse suivante : guide@sollio.coop



Table des matières

0.00	Introduction	1	4.00	Éléments de la marque	46
			4.01	Notre typographie	48
1.00	Qui nous sommes	5	4.02	Notre façon de parler	50
1.01	Notre mission et notre vision	6	4.03	Notre imagerie	52
1.02	Nos valeurs	8	4.04	Nos éléments graphiques	62
1.03	Notre nom	10			
1.04	Notre symbole	12	5.00	Applications	68
			5.01	Grille graphique	70
2.00	Stratégie de marque	14	5.02	Application imprimé	72
2.01	Notre engagement	16	5.03	Signature de logo	78
2.02	Nos divisions	20	5.04	Applications numériques	80
2.03	Nos coopératives	22	5.05	Papeterie	90
2.04	Nos éléments communs	24	5.06	Brochure	92
			5.07	Bannière	94
3.00	Logos et couleurs	26	5.08	Articles promotionnels	96
3.01	Logos et ses variantes	28	5.09	Vidéo	98
3.02	Choix de logo	36	5.10	PPT	100
3.03	Interdits	38			
3.04	Nos couleurs	40	6.00	Protection des marques	102
3.05	Espace de protection	42	6.01	Marque de commerce	104
			6.02	Règles de marquage	106
			6.03	Politique de marque	110
			6.04	Ressources	111

1.00

Qui nous sommes

- 1.01** Notre mission et notre vision
- 1.02** Nos valeurs
- 1.03** Notre nom
- 1.04** Notre symbole

Notre force collective

Notre modèle d'affaires est résolument tourné vers l'avenir. Il est cité pour sa résilience, sa longévité, sa capacité à créer de la richesse collective et à se développer sur de nouveaux territoires tout en demeurant proches de ses membres.

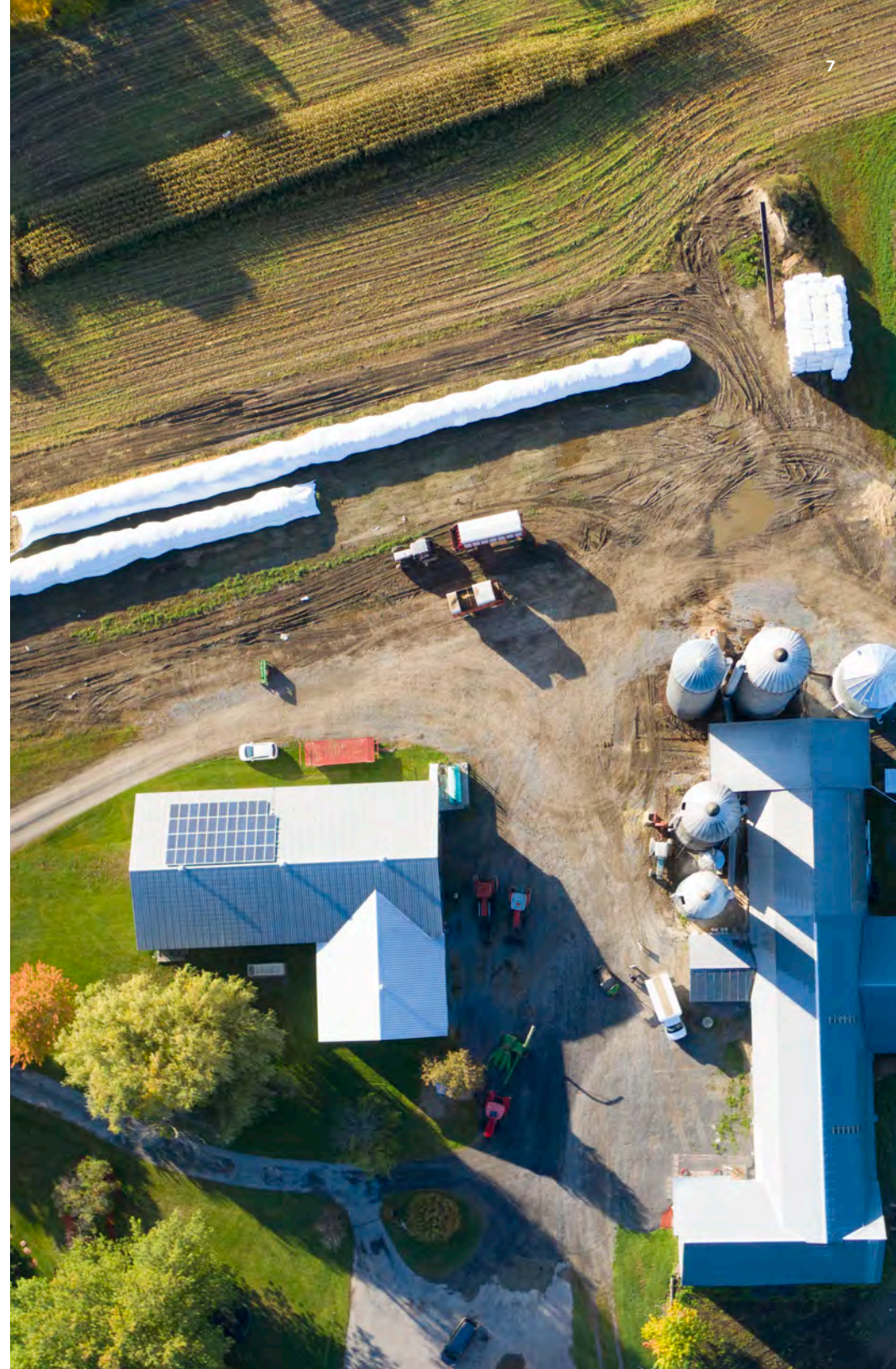
Enracinés dans le milieu agricole, nos gens ont à cœur de cultiver un monde meilleur où l'esprit d'entraide et le développement de l'agriculture durable pour assurer la prospérité des générations à venir.

Notre mission

Enracinés en région et misant sur notre force collective, nous contribuons à nourrir les gens en veillant à la prospérité des familles agricoles pour assurer au monde un avenir durable.

Notre vision

Être un moteur de valorisation des efforts de nos membres et de nos divisions, pour générer une croissance pérenne des bénéfices, par l'entremise d'une gestion responsable du patrimoine coopératif agricole.



Ce qui nous guide, jour après jour.

Honnêteté

Chacun agit dans un souci constant de transparence, tant à l'intérieur de l'entreprise que dans ses relations avec les coopératives membres et les autres parties prenantes. Chacun se montre capable d'admettre ses erreurs, donne le crédit à qui il revient et cherche à éviter tout conflit d'intérêts.

Responsabilité

Chacun assume pleinement sa fonction au sein de Sollio Groupe Coopératif, notamment en veillant à la saine gestion du patrimoine collectif des membres, en s'assurant de bien remplir ses engagements individuels, mutuels et collectifs et à répondre de ses actes ainsi qu'en souscrivant aux objectifs du développement durable.

Équité

Chacun, comme chaque groupe de travail, traite ses partenaires de manière juste et équitable. Nous croyons que chacun mérite de trouver sa place au sein du grand réseau coopératif, d'y être reconnu et de s'y développer.

Solidarité

Animés par un désir d'entraide, nous nous conseillons mutuellement dans la réalisation des objectifs et des projets communs. Nous travaillons ensemble dans une approche ouverte et cohérente et nous nous rallions aux décisions visant le bien commun de l'entreprise.

Notre nom

Sollio Groupe Coopératif

Notre nom rappelle nos valeurs et notre histoire. Il évoque le sol, le soleil, la solidarité qui est au cœur de notre coopérative. Il raconte les liens qui nous unit les uns aux autres, les solutions que nous trouvons et la sollicitude de nos gens qui voient la terre comme un legs précieux que nous laisserons aux générations futures.

Pour nous désigner, nous employons toujours les trois mots au complet soit Sollio Groupe Coopératif. À l'écrit, dans un texte suivi, les mots Sollio Groupe Coopératif prennent une majuscule à leur première lettre. Nous nous assurons que tous ces mots soient toujours sur une même ligne de texte, en les liant grâce à une espace insécable.



Notre empreinte sur le monde

Nous nous sommes inspirés de notre esprit coopératif et de tout ce qui nous distingue pour créer un symbole rassembleur fort.

Au cœur de notre symbole se retrouvent les sillons des champs, les rayons du soleil et le mouvement de la Terre.

Nous pouvons aussi y voir trois empreintes qui se rencontrent et qui représentent une communauté de gens travaillant main dans la main pour un avenir durable. Les lignes courbes créent un effet de rayonnement qui évoque la réaction en chaîne et l'onde positive que nous avons sur les collectivités.

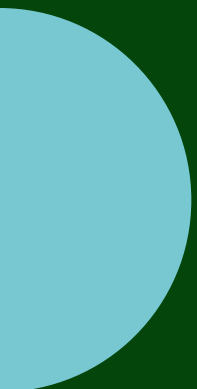
Notre symbole doit toujours être utilisé dans son intégralité. On évite de l'utiliser en pièces détachées ou en le morcelant en éléments graphiques. Il faut le préserver, il est notre gage de qualité.



2.00

Stratégie de marque

- 2.01 Notre engagement
- 2.02 Nos divisions
- 2.03 Nos coopératives
- 2.04 Nos éléments communs



UN NOUVEAU
NOUS.

Sollio Groupe Coopératif est fier de participer au développement économique d'ici.

Acteur de changement, nous produisons ici, transformons ici, récoltons ici pour construire un avenir qui saura inspirer les générations à venir.

Demain sera fait de nous.

Nous, producteurs, transformateurs, distributeurs, entreprises associées et employés. **Nous**, gens de terrain et penseurs de demain. **Nous**, les pieds bien ancrés dans le présent et le regard tourné vers le futur.

Plus forts ensemble



Nous croyons que c'est par la force du nombre que tout devient possible parce que selon nous, l'avenir est fait de la complémentarité de nos expertises.

Sollio Agriculture : L'agriculture qui va dans le bon sens.

Chef de file canadien dans le secteur de l'agriculture, Sollio Agriculture se spécialise dans l'approvisionnement des intrants agricoles et dans les services à valeur ajoutée pour le bénéfice des producteurs, des coopératives et des partenaires. Son modèle d'affaires, qui combine la force d'une approche locale avec celle d'une présence nationale, permet d'offrir des produits et solutions innovantes, de s'engager dans l'adoption de pratiques agricoles plus durables et de contribuer à la prospérité des familles agricoles d'ici.

BMR : Bienvenue chez vous.

Notre division BMR est le premier joueur québécois en importance dans le domaine de la quincaillerie et mène ses activités sous les enseignes BMR, Agrizone, Potvin & Bouchard et Country Stores. Regroupant plus de 275 centres de rénovation et quincailleries au Québec, en Ontario et dans les provinces maritimes.

Olymel : Nourrir le monde.

Notre division Olymel est au Canada le chef de file dans le secteur de la production, de la transformation et de la distribution des viandes de porc et de volaille. L'entreprise s'est donnée pour mission de nourrir le monde avec passion et avec des produits dont la qualité est irréprochable.

De la production à la ferme jusqu'à la table des consommateurs, Olymel est reconnue pour son savoir-faire et pour la qualité irréprochable de ses produits.

Comment nous nous déployons



Nos trois divisions portent notre marque au niveau institutionnel pour représenter leur secteur d'activité respectif. Sollio Agriculture, Sollio Détail et Sollio Alimentation.

Ces dénominations sont utilisées dans nos communications d'entreprise telles le Rapport annuel et les Rapports financiers trimestriels.

Pour soutenir le développement de nos marques commerciales, nos trois divisions se présentent sous leur bannière principale soit Sollio Agriculture, BMR et Olymel.

Un endossement corporatif « une division de Sollio Groupe Coopératif » est donc prévu afin d'établir le lien de cohérence avec les divisions. L'utilisation de l'endossement se fait sur des communications spécifiques pour représenter la force combinée du groupe.

Comment se déploient nos coopératives affiliées



Les coopératives membres sont identifiées par l'utilisation du symbole dans leur logo. Une licence d'utilisation leur est accordée et elles bénéficient du rayonnement et de la portée de notre force collective.

Les coopératives présentées (à titre indicatif) sont parmi celles qui ont adopté notre nouvelle marque. L'ensemble de notre réseau de coopératives membres pourra migrer vers ce système identitaire au moment opportun.

Une marque forte et cohérente



Sollio Groupe Coopératif est composé de plusieurs entités. Notre cohérence est assurée par un certain nombre d'éléments communs pour créer une marque globale forte qui se démarque dans les industries agricoles et agroalimentaires.

Notre symbole (l'empreinte) confirme notre passion et notre engagement. Il est l'élément unificateur, rassembleur pour l'ensemble des entités et de nos communautés. Les autres éléments graphiques communs sont nos couleurs principales et notre typographie.

3.00

Logo et couleurs

- 3.01** Logos et ses variantes
- 3.02** Choix de logo
- 3.03** Interdits
- 3.04** Nos couleurs
- 3.05** Espace de protection



Logo officiel



Notre marque s'incarne dans un logo composé d'un logotype et d'un symbole. Les trois mots du nom, qui forment le logotype, sont superposés, positionnés à la droite du symbole et centrés en hauteur par rapport à ce dernier.

Avec son format horizontal, ce logo officiel est à privilégier, sauf exception (voir le point suivant). À noter : notre nom est indissociable du symbole et ne peut pas être utilisé seul.

Logo à usage restreint



Ce logo vertical de forme plus carrée est utilisé dans des cas exceptionnels, sur autorisation de l'équipe marketing.

Logo officiel en renversé



Notre marque s'incarne dans un logo composé d'un logotype et d'un symbole. Les trois mots du nom, qui forment le logotype, sont superposés, positionnés à la droite du symbole et centrés en hauteur par rapport à ce dernier.

Avec son format horizontal, ce logo officiel est à privilégier, sauf exception (voir le point suivant). À noter : notre nom est indissociable du symbole et ne peut pas être utilisé seul.

Logo à usage restreint en renversé



Ce logo vertical de forme plus carrée est utilisé dans des cas exceptionnels, sur autorisation de l'équipe marketing.

Logo officiel en noir



Notre marque s'incarne dans un logo composé d'un logotype et d'un symbole. Les trois mots du nom, qui forment le logotype, sont superposés, positionnés à la droite du symbole et centrés en hauteur par rapport à ce dernier.

Avec son format horizontal, ce logo officiel est à privilégier, sauf exception (voir le point suivant). À noter : notre nom est indissociable du symbole et ne peut pas être utilisé seul.

Logo à usage restreint



Ce logo vertical de forme plus carrée est utilisé dans des cas exceptionnels, sur autorisation de l'équipe marketing.



La couleur du logo variant en fonction du fond choisi, il importe de respecter cette règle d'or : les éléments de l'imagerie ne doivent pas entrer en conflit avec notre logo. Référez-vous aux pages qui suivent pour vous aider à choisir le bon logo.

Logo trois couleurs

Le logo trois couleurs est à utiliser en priorité. Il s'utilise sur les fonds unis ou sur des photos épurées, avec lesquelles il forme un contraste suffisant.



Quel logo choisir ?



La couleur du logo variant en fonction du fond choisi, il importe de respecter cette règle d'or : les éléments de l'imagerie ne doivent pas entrer en conflit avec notre logo. Référez-vous aux pages qui suivent pour vous aider à choisir le bon logo.

Logo trois couleurs

Le logo trois couleurs est à utiliser en priorité. Il s'utilise sur les fonds unis ou sur des photos épurées, avec lesquelles il forme un contraste suffisant.

Interdits

N'étirez pas et ne déformez pas le logo.



Ne modifiez pas les proportions du logo ou de la typographie.



Ne cachez pas certains motifs du symbole.



Ne modifiez pas les couleurs du symbole sur un fond de couleur.



Ne modifiez pas les couleurs.



N'ajoutez pas d'image en arrière-plan, et ne modifiez pas la police de caractères.



N'ajoutez pas une forme géométrique en contour au symbole.



N'inversez pas les couleurs du symbole.



N'ajoutez pas d'ombre portée ni d'autres effets.



Ne pas ajouter un encadré de couleur en arrière du logo



N'utilisez pas le symbole en transparence comme trame de fond.



Ne présentez pas le symbole en angle ou à l'horizontale.



On doit utiliser le logo dans sa forme officielle et respecter à la lettre ces règles graphiques.

Vert foncé

Pantone 2411 C - 2411 U
CMYK 72-2-100-76
RGB 28-66-32
HTML 1C4220

Turquoise

Pantone 3268
CMYK 80-8-55-0
RGB 0-162-138
HTML 00A28A

Vert héritage

Pantone 349 C - 348 U
CMYK 100-25-100-0
RGB 4-106-56
HTML 046238

Jaune

Pantone 116
CMYK 0-14-100-0
RGB 255-205-0
HTML FFCD00

Gris

Pantone Warm Gray 1C
CMYK 0-0-10-20
RGB 218-216-204
HTML DAD8CC

Vert pâle

Pantone 2300 C - 2300 U
CMYK 35-0-80-0
RGB 187-209-81
HTML BBD151

Bleu ciel

Pantone 310
CMYK 55-0-20-0
RGB 120-200-210
HTML 79C8D2

Bleu royal

Pantone 285
CMYK 100-40-10-0
RGB 0-117-180
HTML 0076B6

Couleurs principales

Les trois teintes de vert qui forment notre logo sont aussi les couleurs principales de notre symbole. Agréable à l'oeil, le mariage des trois teintes de vert évoque aussi la diversité de nos champs d'activité. Le vert héritage nous provient du logo de La Coop fédérée.

Couleur secondaire

Turquoise : couleur secondaire utilisée exclusif à Sollio Groupe Coopératif dans sa plateforme de communication pour créer le pont entre les couleurs principales du symbole et les couleurs tertiaires.

Couleurs tertiaires

Ces quatre couleurs se marient à nos couleurs principales et secondaire. Elles permettent d'adoucir la palette et de bien faire ressortir les informations. Elles servent à la typographie ou encore aux trames de fond en complément à la couleur secondaire.

Espace de protection



Pour permettre au logo de respirer et de se démarquer dans nos communications, un espace de protection est prévu tout autour du logo. Il correspond à la hauteur de la lettre « o » de Sollio et doit toujours être respecté.

Taille minimale



Pour assurer la lisibilité du logo, la hauteur du symbole du logo ne doit jamais être inférieure à 0,35 pouce ou 8,89 mm. Ne pas utiliser le MC sous le symbole.

Espace de protection



Pour permettre au logo de respirer et de se démarquer dans nos communications, un espace de protection est prévu tout autour du logo. Il correspond à la hauteur de la lettre « o » de Sollio et doit toujours être respecté.

Taille minimale



Pour assurer la lisibilité du logo, la hauteur du symbole du logo ne doit jamais être inférieure à 0,35 pouce ou 8,89 mm.

4.00

Éléments de la marque

- 4.01 Notre typographie
- 4.02 Notre façon de parler
- 4.03 Notre imagerie
- 4.04 Nos éléments graphiques



Gibson^{MD}

Police de caractères officielle

Gibson est la police de caractères officielle de la marque. Elle est destinée autant au matériel numérique qu'imprimé et sera donc utilisée pour toutes les communications commerciales et organisationnelles officielles (publicités, présentations, etc.). La police de caractères Gibson possède une facture simple et moderne qui rend la lecture très agréable. Pour plus de dynamisme, nous l'utilisons en différentes graisses, comme illustré à la page suivante.

Arial

Police de remplacement

Lorsque la police de caractères Gibson n'est pas disponible, vous pouvez utiliser Arial comme police de remplacement.

Mise en forme du texte

Texte de couleur vert foncé et en bas de case

La mise en forme du texte doit être justifiée seulement avec un alignement à gauche. L'alignement à droite n'est pas recommandé. De plus, la couleur du texte devrait être en vert foncé lorsqu'il est écrit sur fond blanc. Nous recommandons également l'utilisation du lettrage en bas de case.

Gibson Bold Gibson SemiBold Gibson Regular Gibson Light

GIBSON LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

GIBSON LIGHT ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

GIBSON REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

GIBSON REGULAR ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

GIBSON SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

GIBSON SEMIBOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

GIBSON BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

GIBSON BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Notre façon de parler

Nous sommes **directs.**

Nous croyons que nos actions
parlent plus que nos mots.

Nos phrases sont simples et vont
droit au but sans flafla.

Nous aimons les verbes d'action
parce que nous sommes
dans la solution.

Ex. : Bâtir demain. Ensemble.
Faire rayonner notre
monde.

Alimenter l'avenir.
Penser à la vitalité de
nos communautés.

**Nous ne sommes pas trop
académiques ni trop verbeux.**

Nous sommes **inclusifs.**

Nous adoptons un ton bienveillant
qui parle au *nous* parce que
nous parlons toujours au nom
du groupe.

Nous aimons l'utilisation du pluriel
parce que nous croyons en
la force du nombre.

Nous aimons parfois quand un
seul mot encapsule notre pensée.

Ex. : Optimistes
Solidaires
Forts
Communautés
Producteurs

**Nous ne sommes pas
égocentriques ni prétentieux.**

Nous sommes **positifs.**

Nous n'avons pas peur de l'avenir
parce que nous savons qu'ensemble,
nous pouvons faire une différence.

Nous voyons grand et loin devant
parce que nous avons à coeur ce
que nous léguerons aux générations
à venir.

Nous aimons quand nos mots
contiennent des O parce que ça
traduit le rayonnement positif que
nous voulons avoir sur les gens.

Ex. : Innover
Efforts
Soutien
Transformation
Innovation
Solutions

**Nous ne sommes pas
arrogants ni défaitistes.**

Le plan aérien (top view)

Le plan aérien est privilégié pour Sollio Groupe Coopératif car il permet de confirmer la portée globale, une vue d'ensemble des activités de ses divisions et de ses coopératives affiliées.

- **Plan primaire**
- **Pour tous les paysages**
- **Pour les tablées**
- **Top view précis, aucun angle**





Le plan frontal



Le plan frontal est un complément à l'imagerie de Sollio Groupe Coopératif. Il est utilisé pour présenter nos gens dans le contexte des différentes activités de l'organisation. Il favorise une approche humaine et doit être utilisé de face, en évitant les angles.

- **Plan secondaire**
- **Pour les textures**
- **Pour les photos employés**
- **Pour les façades de magasin**
- **Frontal précis, aucun angle**

Le plan frontal

Le plan frontal est un complément à l'imagerie de Sollio Groupe Coopératif. Il est utilisé pour présenter nos gens dans le contexte des différentes activités de l'organisation. Il favorise une approche humaine et doit être utilisé de face, en évitant les angles.

- **Plan secondaire**
- **Pour les textures**
- **Pour les photos employés**
- **Pour les façades de magasin**
- **Frontal précis, aucun angle**



Le plan frontal



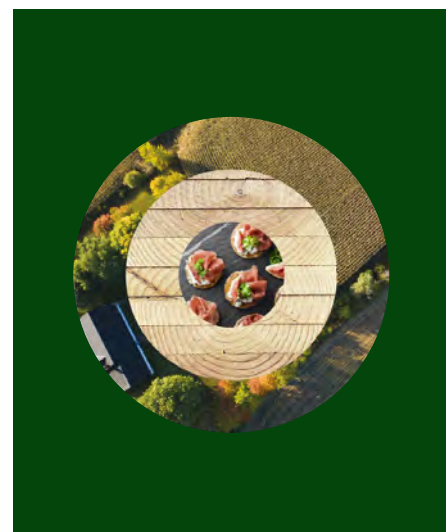
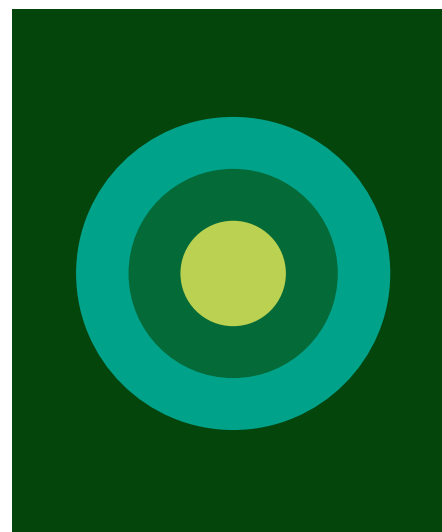
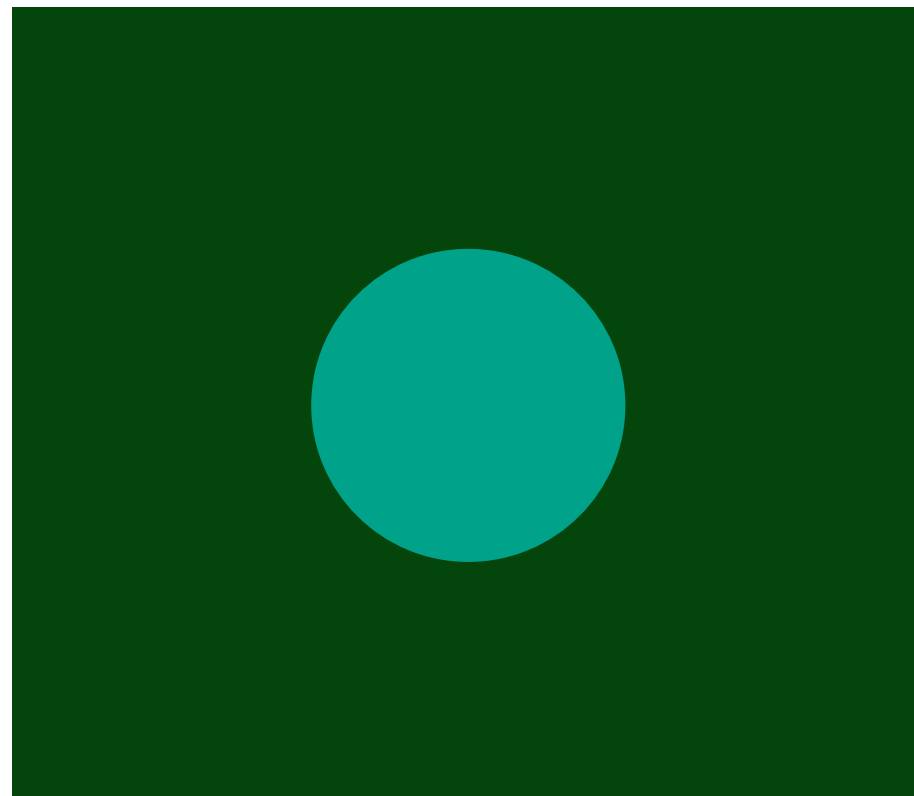
Le plan frontal est un complément à l'imagerie de Sollio Groupe Coopératif. Il est utilisé pour présenter nos gens dans le contexte des différentes activités de l'organisation. Il favorise une approche humaine et doit être utilisé de face, en évitant les angles.

- **Plan secondaire**
- **Pour les textures**
- **Pour les photos employés**
- **Pour les façades de magasin**
- **Frontal précis, aucun angle**

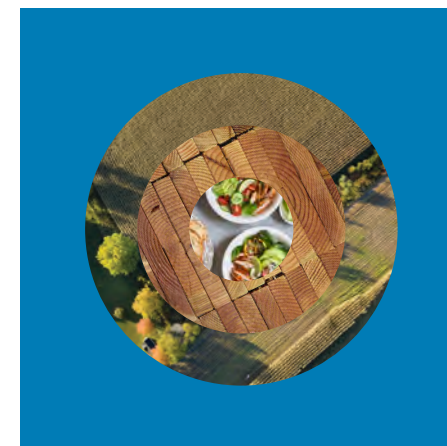
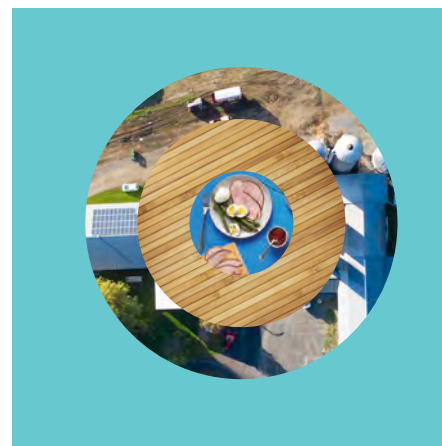
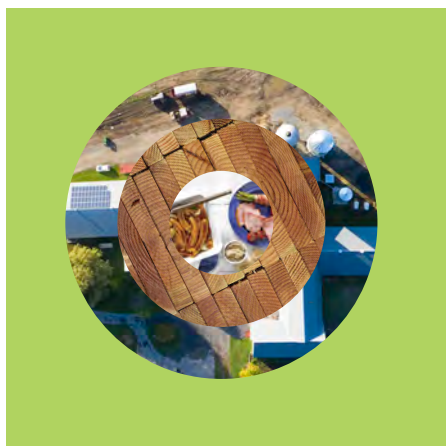
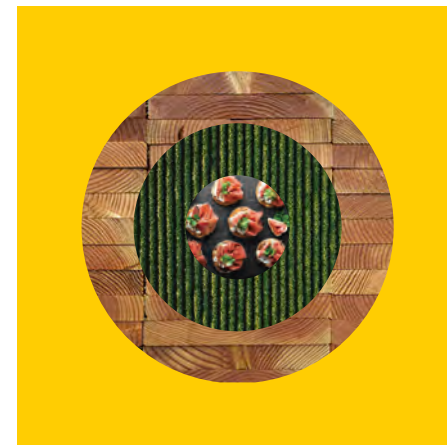
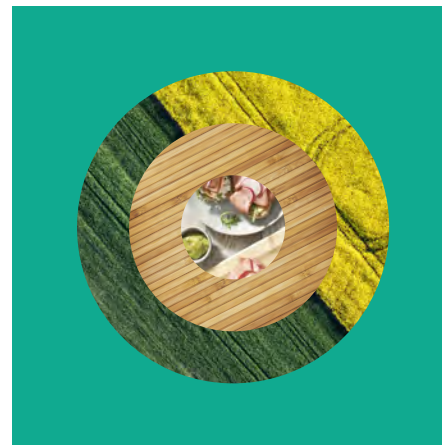
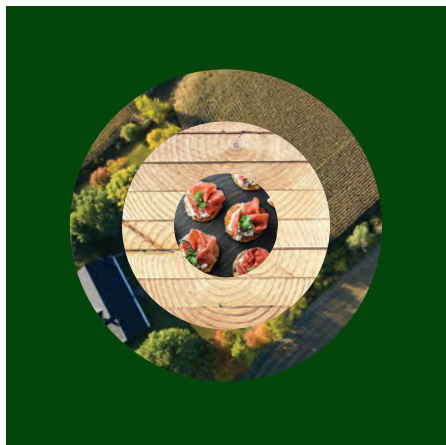
Le cercle

Le cercle est l'outil graphique principal de la plateforme de communication de Sollio Groupe Coopératif. On le retrouve subtilement au centre de notre symbole (l'empreinte). Le cercle ou le rond est notre point de départ. La forme du cercle rappelle aussi celle de la lettre O qui renvoie à notre esprit coopératif puisqu'il est au coeur du mot nous et de Sollio.

Quant aux rayons, ils évoquent nos gens en mouvement et l'effet positif qu'ils veulent avoir sur notre environnement. Ensemble, nous faisons rayonner notre savoir-faire et notre monde.



Composition photographique en rayons (cercles)



En option au fond blanc, il est permis d'utiliser un fond de couleur avec l'une des couleurs primaires (vert foncé, vert héritage ou vert lime). Le vert turquoise est utilisé à l'occasion de façon exclusive par Sollio Groupe Coopératif.

Pour ce qui est des compositions photographiques en rayons, choisir seulement parmi celles qui existent. Les images doivent refléter les trois activités d'exploitation et renforcer notre offre de service de "la terre à la table".

Il est possible d'utiliser une des couleurs tertiaires comme fonds de couleur avec une composition photographique. Le contexte doit être pertinent à ce type d'usage et le contraste suffisant avec l'image de la composition.

La création de composition photographique en rayons n'est pas permise. Pour un besoin spécifique, vous devez contacter la personne responsable (voir ressources à la section 6.04).

Le rayonnement typographique

UN NOUVEAU
NOUS.

ALIMENTER
L'AVENIR.

FAIRE
RAYONNER
NOTRE MONDE.

BÂTIR
DEMAIN.
ENSEMBLE.

Toujours en lien avec le rond, point de départ de notre plateforme de marque, il est possible d'utiliser le rayonnement en typographie lorsque nous voulons passer un court message au nom de la marque, mais avec un fort impact visuel.

Le rayonnement typographique doit être utilisé dans des contextes particuliers. Il ne peut excéder trois étages de texte.

Chaque étage du rayonnement typographique doit contenir une couleur différente lorsque celui-ci est utilisé en couleurs.

Dans certains cas, le rayonnement typographique peut aussi être utilisé en blanc.

5.00

Applications

- 5.01** Grille graphique
- 5.02** Applications imprimées
- 5.03** Signature de logo et endossement de divisions
- 5.04** Applications numériques
- 5.05** Papeterie
- 5.06** Brochures
- 5.07** Bannières
- 5.08** Articles promotionnels
- 5.09** Vidéo
- 5.10** Power Point

Grille graphique

Le titre devrait se lire sur trois lignes (maximum) afin de permettre un peu d'espace entre la composition circulaire des rayons et le contenu de la publicité.



Pour des fins de référence, le format utilisé est : 7.875 x 10.375 pouces.

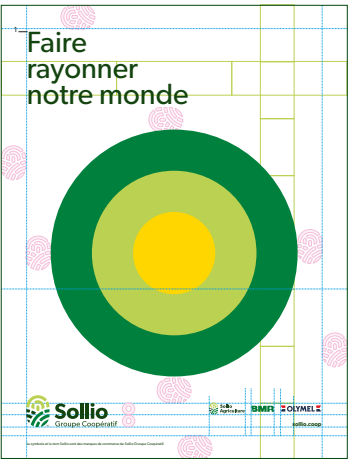
Des ajustements proportionnels doivent être pris en considération pour des formats plus longs ou larges.

Dans ces illustrations, la composition du cercle est présentée sous forme graphique seulement. Les pages qui suivent montrent des exemples d'utilisation des compositions photographiques en rayons.

La grille graphique est disposée de la façon suivante :

- Largeur : 3 blocs rectangulaires
- Hauteur : 8 blocs rectangulaires
- Cercles en rayons : en multiple de 2 (2, 4 et 6 pouces).

Gabarit A
Rayons complets



Il y a trois types de Gabarits pour les annonces imprimées en pleine page. Le Gabarit A est utilisé lorsqu'il y a peu de texte à communiquer, notamment comme page couverture (ex: rapport annuel).

Gabarit B
Demi-rond



Le gabarit B (demi-rayons) est utilisé lorsque le texte est relativement simple à communiquer, en page couverture d'un document ou d'une communication interne (ex: affiche).

Gabarit C
Rayons en coin droit



Le Gabarit C et D (rayons en coin droit ou gauche) sert davantage dans les communications publicitaires ou celles de nos commandites avec des partenaires dont les logos apparaîtront en bas de page. Des exemples de ces publicités sont présentées dans les pages qui suivent.

Gabarit D
Rayons en coin gauche



Composition en rayons - trois images



Dans ces illustrations, la composition photographique en rayons représente nos secteurs d'activité. Le cercle est présentée sous forme d'assemblage d'images représentant nos trois secteurs d'activités. Une composition qui confirme notre engagement de la terre à la table, et de notre présence sur le territoire.

Les trois exemples de Gabarits montrent des exemples d'utilisation du cercle avec des images, ainsi que la position des titres, du texte et du logo.

Composition - un seule image



Dans ces illustrations, le cercle est présentée, avec une seule image représentant un de nos secteur d'activité. Une image avec un plan frontal présentant notre côté humain et notre engagement à la vitalité de nos communautés.

Les trois exemples de Gabarits montrent des exemples d'utilisation du cercle avec des images, ainsi que la position des titres, du texte et du logo.

Fond blanc et de couleur



Dans ces illustrations, le Gabarit C est utilisé sur fond blanc et sur fond de couleur. Une image avec un plan frontal est toujours recommandée.



La position des titres, du texte et du logo sont à respecter.

Image sur pleine page



Dans ces illustrations, le Gabarit C peut être utilisé en positionnant l'image du cercle en rayon de coin, soit à droite ou à gauche. La position des titres, du texte et du logo sont à respecter.

Il est également possible de favoriser une application en utilisant une image en pleine page, sans référence circulaire. Dans ces cas, les titres, textes et logo doivent être positionnés idéalement dans les zones plus ombragées de l'image.

Commandites et partenariats



Pour les Commandites, les différents gabarits peuvent être utilisés. Dans cet exemple, le Gabarit C avec un cercle en rayon de coin est suggéré.

L'option de l'image en pleine page peut être utilisée, sans l'utilisation d'un cercle. Dans ce cas, l'ajout d'un tel élément graphique n'est pas nécessaire.

Un élément graphique additionnel, soit le logo de référence du programme "De nous à vous", apparaît en haut de page.

La position des titres, du texte et des logos sont à respecter.



Dans cet exemple, le Gabarit C avec un cercle en rayon de coin et un fond de couleur est suggéré.

L'option de l'image en pleine page peut être utilisée, sans l'utilisation d'un cercle. Dans ce cas, l'ajout d'un tel élément graphique n'est pas nécessaire.

Un élément graphique additionnel, soit le logo de référence du programme "Défi vélo", apparaît en haut de page.

La position des titres, du texte et des logos sont à respecter.

Signature de logo et avis de propriété

Exemple de signature dans un espace horizontal allongé



Exemple de signature dans un espace horizontal restreint



Exemple de signature dans un espace vertical



Si la signature incluant les trois divisions doit être placée dans un espace encore plus restreint que celui de l'exemple présenté plus haut. Voici un exemple où les éléments sont organisés à la verticale.

Les logos des trois divisions pourront être déplacés sur l'axe horizontal selon l'espace disponible dans la mise en page. Un minimum de deux espaces complets est recommandé afin de séparer les logos des trois divisions

du logo Sollio Groupe Coopératif. Peu importe la position des trois divisions, leurs proportions devront rester les mêmes par rapport à celles du logo Sollio Groupe Coopératif.

Signature de logo pour une commandite



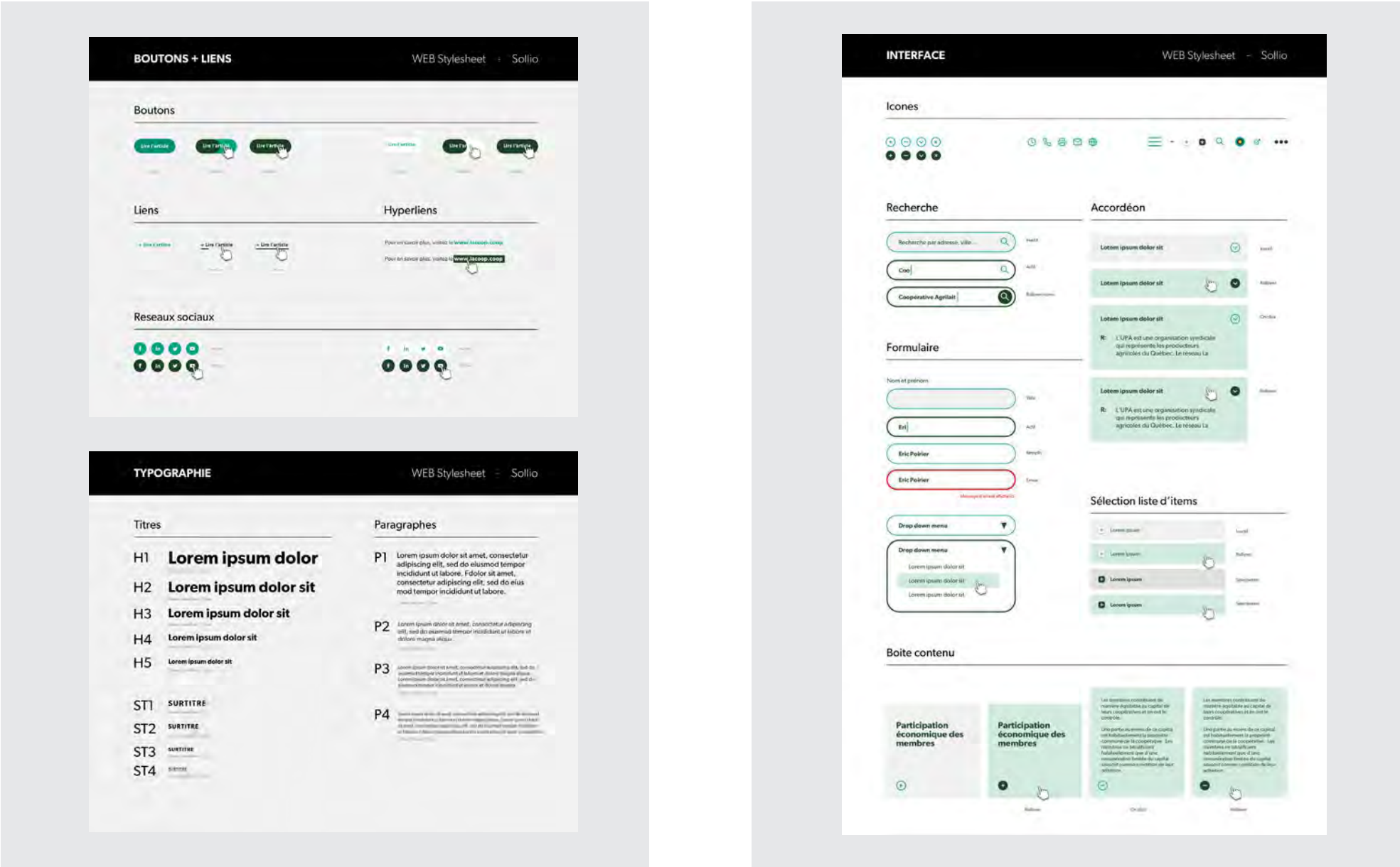
Voici quelques exemples de signature de logo de Sollio Groupe Coopératif (avec ou sans ses trois divisions) comportant une collaboration avec un ou des partenaires.

Dans les cas où plusieurs logos seraient requis, veuillez contacter la personne appropriée (voir section 6.04 - Ressources).

Site web sollio.coop



Grille de référence pour les icônes graphiques



Médias sociaux



1- Sollio Groupe Coopératif
Turquoise
RGB 0-162-138



2- Sollio Agriculture et Sollio & Partenaire
Vert héritage
RGB 4-106-56



3- Coopératives
Vert foncé
RGB 28-66-32
Vert pâle
RGB 187-209-81



Couleurs

- 1 - Turquoise, pour Sollio Groupe Coopératif
- 2- Vert héritage, pour Sollio Agriculture et Sollio & Partenaire
- 3 - Vert foncé ou vert lime pour les coopératives

Photo de profil

L'utilisation du symbole en blanc sur un fond de couleur permet de maximiser sa visibilité et assure une cohérence entre les différentes marques de Sollio Groupe Coopératif.

Bannières



Sollio Groupe Coopératif
@SollioCoop - Coopérative agricole



Sollio Agriculture
@SollioAG Service agricole



Covris Coopérative
@CovriscooperativeAgricole

Les photos de profil et des bannières doivent respecter les normes établies pour l'imagerie de nos marques Sollio Groupe Coopératif et Sollio Agriculture.

L'élément graphique n'est pas toujours requis. Une photo toute seule est acceptable.

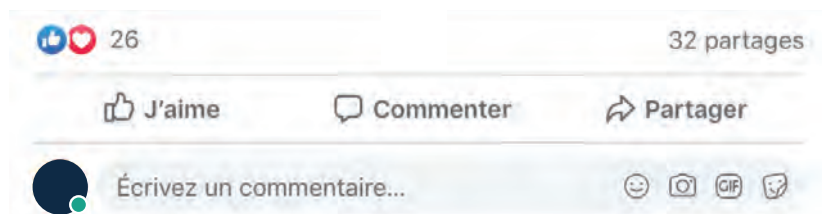
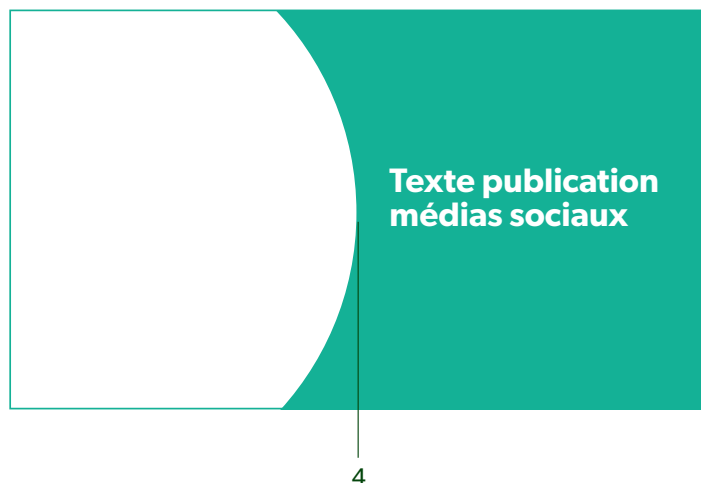
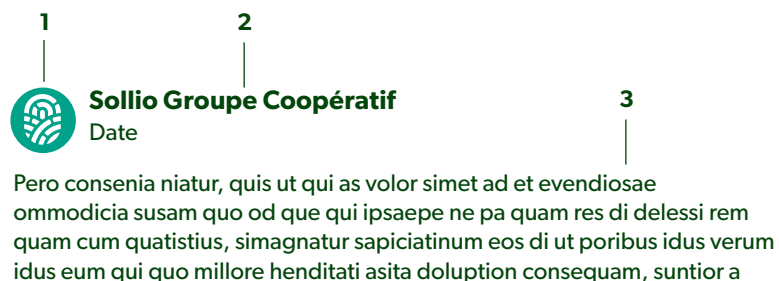
Exemples de bannières



Différentes applications de bannières sont possibles. Il est possible de remplacer la photo principale par une couleur de fond de la palette de couleurs de Sollio Groupe Coopératif.

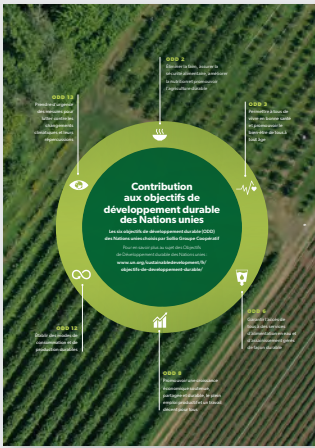
L'élément graphique circulaire permet de mettre en profil une image d'un plan frontal ou d'une scène reflétant la portée des activités de la terre à la table.

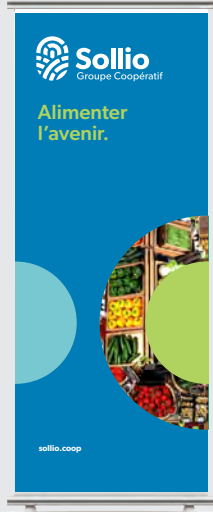
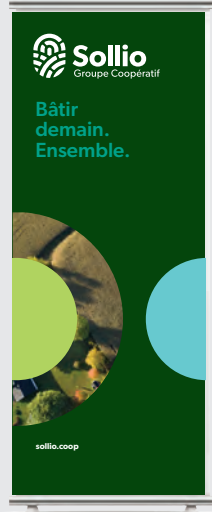
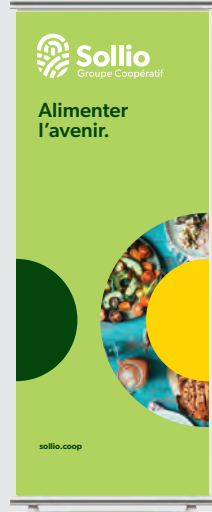
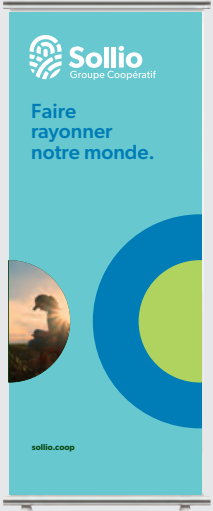
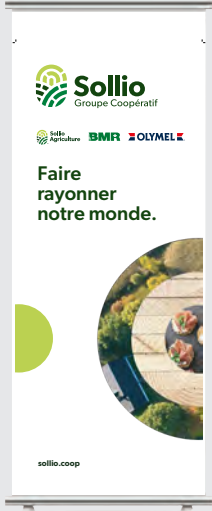
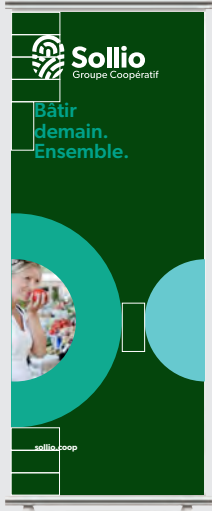
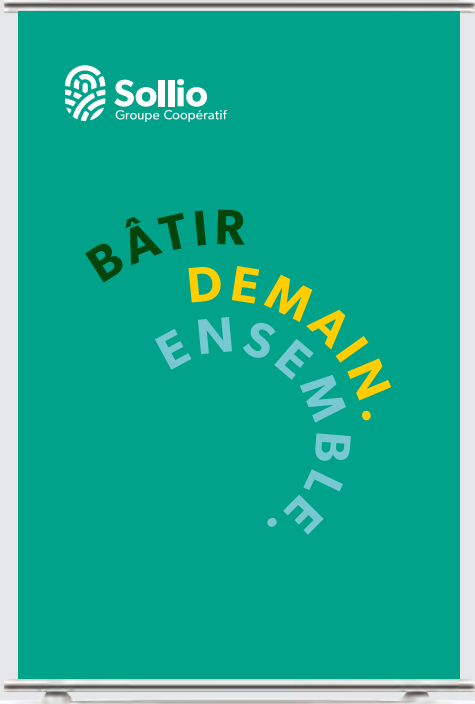
Éléments d'une publication



- 1 - Photo de profil :**
accompagne chacune des publications à côté du nom de la page.
- 2 - Nom de la page :**
accompagne chacune de la page des publications. Son positionnement varie d'une plateforme et d'un appareil à l'autre.
- 3 - Texte de la publication :**
longueur maximale variable en fonction du média. Voir la section 4.02 pour "notre façon de parler".
- 4 - Visuel de la publication :**
son positionnement et son recadrage varient d'une plateforme et d'un appareil à l'autre. Le visuel prend de 25 % à 50 % du rectangle et le fond ont privilège la couleur turquoise. Les pages suivantes portent sur les normes des visuels.

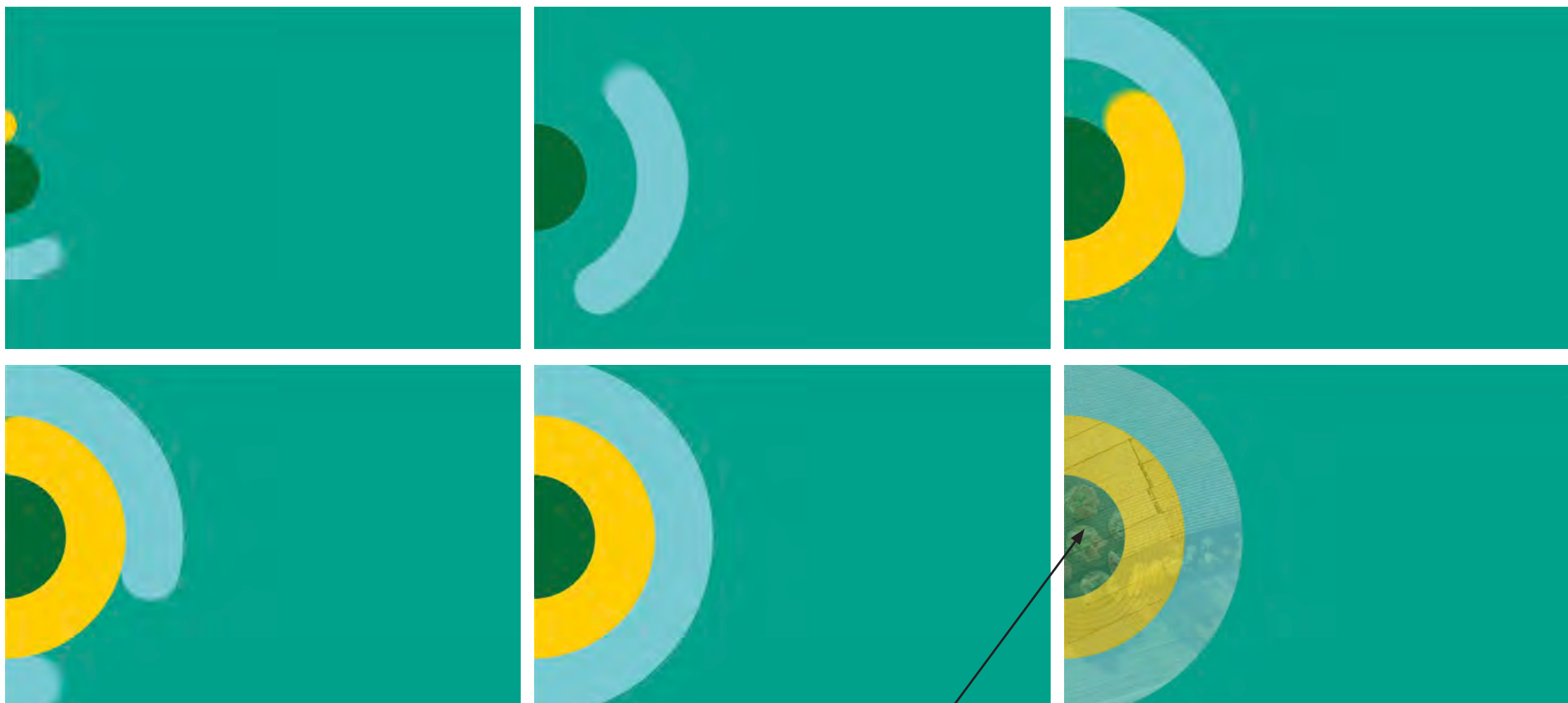








En option au fond blanc, l'image pourra être déposée sur un fond de couleur puisé à même la palette officielle.



L'utilisation des rayons avec trois photos, du plan aérien (*top view*) ou du plan frontal sont interchangeables à la fin de la séquence d'animation.





Diapositive titre – Vert

Sous-titre



Titre, sous-titre et contenu

Niveau de texte 02 (sous-titre)

Niveau de texte 01

- Niveau de texte 02
 - Niveau de texte 03
 - Niveau de texte 04

Niveau de texte 05



Séparateur de section – Vert

Sous-titre



Exemple tableau

Disposition utilisée : Titre et contenu

	Ventes	Exc. d'expl.	Exc. net
Progression	21	12	21
Régression	6	15	6
Total	27	27	27



Exemple graphique pleine page

Disposition utilisée : Titre et contenu

Titre du graphique



■ T1 ■ T2 ■ T3



Exemple de mise en page

Disposition utilisée : Titre et sous-titre seuls – Vert

245 M\$

Au cours des 5 dernières années



Exemple mise en page

Disposition utilisée : Titre, contenu et image ronde

Le modèle d'affaires coopératif donne à La Coop fédérée l'agilité commerciale nécessaire pour s'ancrer solidement dans son territoire, contribuer au développement social et économique des régions du Québec et du Canada.





Merci

6.00

Protection des marques

- 6.01** Marque de commerce
- 6.02** Règles de marquage
- 6.03** Politique de marque
- 6.04** Ressources

Prendre soin de notre marque

Afin d'assurer une cohérence et un usage approprié, Sollio Groupe Coopératif et ses marques, telle que Sollio Agriculture, sont soumises à des normes spécifiques qui doivent être respectées en tout temps.

Notre nom officiel est Sollio Groupe Coopératif. Quant à notre symbole et notre nom Sollio, ce sont des marques de commerce de Sollio Groupe Coopératif.

Tous les licenciés doivent obligatoirement inclure le symbole MC afin d'établir le lien de propriété des marques de commerce de Sollio Groupe Coopératif.

Toute filiale, coopérative membre ou partenaire d'affaires seront soumis à une licence leur confirmant les règles d'utilisation. Un emploi incorrect peut engendrer le retrait d'une licence d'utilisation.

Bien utiliser notre nom et symbole



Toutes les entités utilisant le symbole et le nom Sollio ou le symbole seront soumises à une entente écrite par le biais d'une licence d'utilisation.

Cette licence est rédigée par le Service juridique de Sollio Groupe Coopératif.

Règles d'utilisation du symbole MC

Le symbole MC

1. Le symbole identifiant la marque de commerce MC (ou TM en anglais) doit toujours apparaître au bas, du côté droit du symbole du logo Sollio sur les applications spécifiées dans le tableau qui suit.
2. Ce symbole doit être visible et lisible.
3. Vous ne pouvez pas supprimer ou masquer le symbole MC du logo Sollio.
4. Dans le corps du texte d'un document, le nom Sollio doit être identifié par le symbole MC une fois dans chaque pièce de communication.
5. On peut éviter de mettre le symbole MC dans un titre pourvu que la même marque de commerce soit accompagnée du symbole ailleurs dans la communication.
6. Veuillez-vous référer au tableau suivant pour connaître les règles de marquage à appliquer pour chaque type de communication.

Niveau 1

Le symbole MC et l'avis de propriété doivent toujours apparaître*



Avis de propriété :
MC Le symbole et le nom Sollio sont des marques de commerce de Sollio Groupe Coopératif.

Groupe A

Les publicités, l'affichage promotionnel, les lettres aux clients et fournisseurs, et la page d'accueil du site web.

Les factures, bons de commande et autres documents administratifs.

Les applications liées à la mise en marché des produits et services incluant l'emballage, étiquetage, liste de prix, fiches techniques, etc.

Niveau 2

Le symbole MC apparaît mais pas l'avis de propriété



Groupe B

Bannières web

Panneaux réclames

Kiosques, tentes

Drapeaux, oriflammes, bannières rétractables

Niveau 3

Le symbole MC et l'avis de propriété n'apparaissent pas*



Groupe C

La papeterie, les cartes d'affaires (employés), les signatures courriel et l'intranet.

Les enseignes, signalisation extérieure et intérieure.

Les articles promotionnels, les vêtements et les véhicules.

Les médias sociaux.

*Lorsque le logo est d'une hauteur inférieure à 20 mm ou 70 pixels

Avis de propriété des marques de commerce

1. Dans toutes les communications imprimées ou numériques, vous devez avoir un avis de propriété indiquant les marques appartenant à Sollio Groupe Coopératif :

Pour Sollio Groupe Coopératif

MC Le symbole et le nom Sollio sont des marques de commerce de Sollio Groupe Coopératif.

Pour Sollio Agriculture

MC Sollio Agriculture est une marque de commerce de Sollio Groupe Coopératif, utilisée sous licence.

Pour les licenciés utilisant le symbole

MC Le symbole est une marque de commerce de Sollio Groupe Coopératif, utilisée sous licence.

Pour les licenciés utilisant le symbole et le nom Sollio

MC Le symbole et le nom Sollio sont des marques de commerce de Sollio Groupe Coopératif, utilisées sous licence.

2. L'avis de propriété de propriété doit apparaître sous forme de note de bas de page à la fin de la communication. La taille minimale de la police de caractères est de 5,5.
3. Sur des communications électroniques, telles que la télévision ou la vidéo, l'avis de propriété doit paraître au bas de l'écran sur la dernière séquence.
4. Sur le site web, l'avis de propriété apparaît au bas de la page d'accueil ou dans une section qui rassemblent les avis légaux pour les marques de commerce (i.e. mentions légales) ont rassemblés dans la section « Marques de commerce » ou « Avis légal » réservée à cet effet.
5. Les exceptions à cette règle sont indiquées à la page précédente.

Assurer une uniformité

Bien que nous soyons tous des gardiens de la marque, un comité de gestion composé de membres de Sollio Groupe Coopératif, de ses divisions et des coopératives membres est mis en place et des membres coopératives sera mis en place afin de s'assurer que les principes suivants soient bien appliqués :

- veiller à la cohésion entre les activités institutionnelles et commerciales
- protéger l'image d'un chef de file canadien de l'industrie agroalimentaire
- optimiser les ressources marketing et de communication de l'entreprise

La politique de gestion des marques qui est sous la responsabilité du comité de gouvernance de Sollio Groupe Coopératif vise à encadrer la gestion des marques et des noms commerciaux appartenant à Sollio Groupe Coopératif.

Une copie de la politique de gestion des marques est disponible sur demande auprès du Service juridique.

Ressources



Pour toute demande :

Suzanne Turcot

Designer graphique senior

Sollio Groupe Coopératif

Courriel : suzanne.turcot@sollio.coop

Bureau : 514 384-6450

Samar Gharib, MBA

Vice-présidente, Communications

Sollio Agriculture

Courriel : samar.gharib@sollio.ag

Un guide de normes spécifiques aux marques
Sollio Agriculture, BMR et Olymel sont disponibles.