

AGROPUR

2025

Guide de normes graphiques



Introduction

Bienvenue dans le Guide des normes graphique d'Agropur. Ce guide a été conçu pour vous aider à comprendre et à appliquer nos normes d'identité visuelle de manière cohérente dans toutes vos communications. En suivant ces directives, nous assurons la force, la reconnaissance et la cohérence de notre marque. Votre engagement envers ces normes nous aide à maintenir l'intégrité et la qualité de la marque Agropur, que vous soyez un employé ou un partenaire externe.

Élaboré par le Département du capital humain et des communications, ce guide présente les normes graphiques à respecter lors de l'utilisation de l'identité visuelle d'Agropur. Ces normes facilitent le contrôle de la qualité de l'image de marque d'Agropur auprès de ses divers utilisateurs. Toute utilisation du logo et de la signature d'Agropur doit être approuvée par le [Département du capital humain et des communications](#). Tous les employés et partenaires externes doivent se conformer aux normes énoncées dans ce guide.

Merci pour votre coopération et votre dévouement à maintenir notre identité visuelle.

01

MARQUE MÈRE

01.1

LOGOS



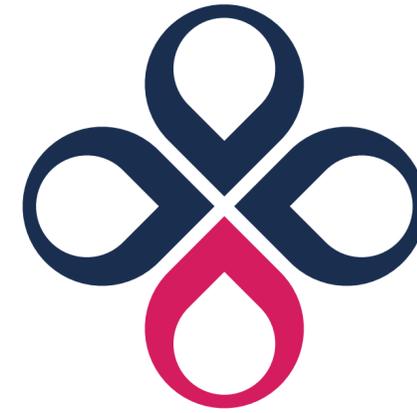
Logos

Marque mère

Ce logo confère force, prestance et cohérence, et il peut s'adapter à tous les contextes d'affaires et points de contact d'Agropur.

Notre logo est le point de mire de notre identité d'entreprise. Il en est l'ambassadeur dans toutes ses communications.

Le logo est constitué de quatre gouttes de lait stylisées pointant toutes la même direction de manière à symboliser l'union des différents secteurs de notre coopérative laitière.



AGROPUR



Logos

Alignement

Les proportions du logo renforce l'impact de l'icône et du nom Agropur.





Logos

Proportions

L'intérieur de la goutte et la contreforme du « O » sont équivalents.



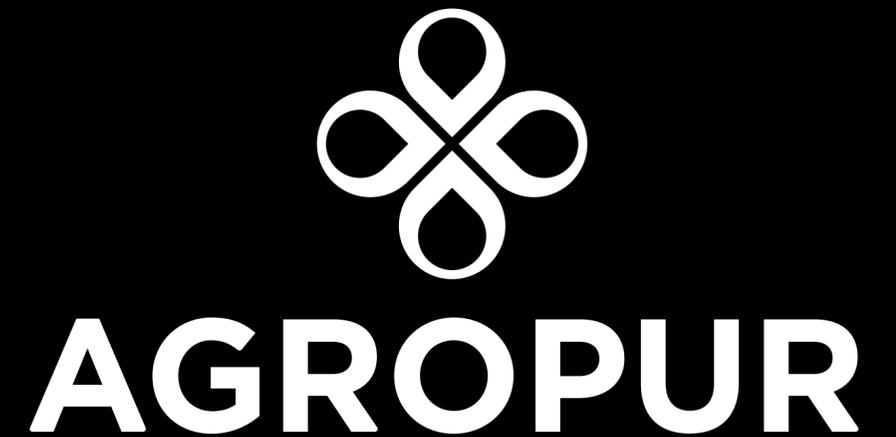
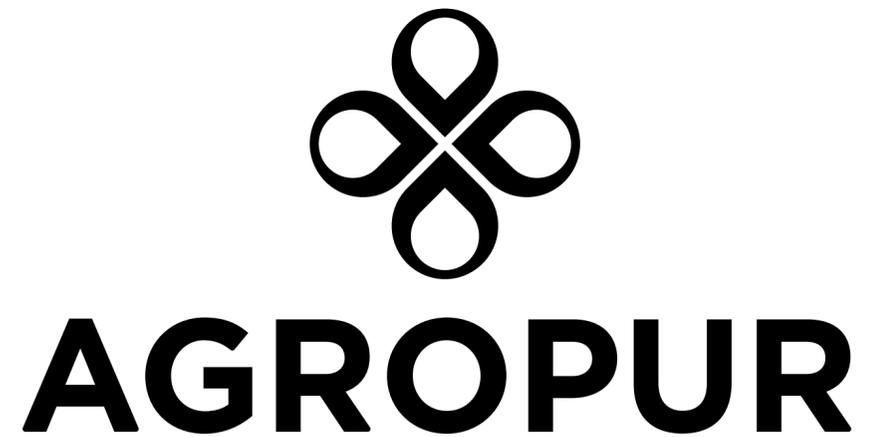


Logos

Version noir et blanc

La version noire de notre logo doit être utilisée sur des arrière-plans à fort contraste, en particulier ceux de couleur claire ou neutre, afin de garantir une visibilité et une lisibilité maximales. De plus, elle est idéale pour les conceptions nécessitant une palette monochrome, tout en maintenant la cohérence de la marque et en s'intégrant harmonieusement à l'esthétique globale. Enfin, le logo noir est recommandé pour les supports imprimés où l'impression en couleur pourrait ne pas être faisable ou rentable.

La version blanche de notre logo est préférable dans des situations où une haute visibilité et un contraste fort sont nécessaires sur des arrière-plans sombres ou vifs. Elle est également efficace lorsqu'elle est placée sur des images ou des motifs, garantissant que le logo se distingue sans entrer en conflit avec le fond. Cette version est également parfaite pour des applications où un branding subtil mais reconnaissable est requis, comme les filigranes ou les superpositions.





Logos

Logo principal,
logo avec descriptif
bilingue et icône

01 Logo principal

À utiliser dans tous les contextes de communication.

02 Logo avec descriptif bilingue

Cette variante du logo est spécifiquement réservée aux communications et supports directement liés à nos membres de la coopérative.

03 Symbole

Le symbole peut uniquement être utilisé seul comme élément décoratif optionnel.

(par exemple, sous forme de broche ou dans la mise en page d'une présentation, dans ce cas le logo complet doit être visible sur la page ou ailleurs dans le document.)

Cette distinction permet de maintenir une identité visuelle cohérente auprès des différents publics.

01



AGROPUR

02



AGROPUR

**Coopérative laitière
Dairy Cooperative**

03





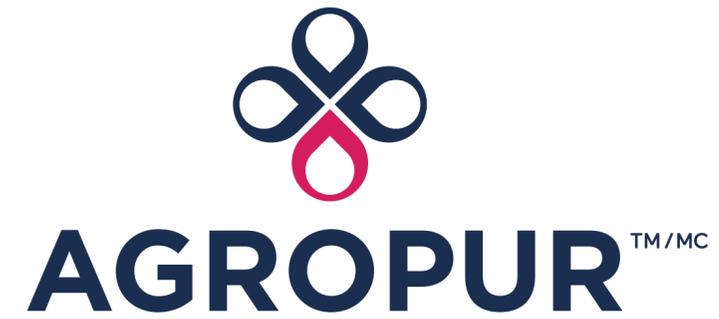
Logos

Ajouts légaux

L'utilisation des symboles de marquage n'est pas obligatoire mais recommandée.

Il est important de les utiliser au moins dans toute exécution à des fins commerciales, soit les emballages, la publicité et sur les sites internet.

Les symboles varient selon la langue et le statut de la marque utilisée dans l'exécution. Vous pouvez vous référer aux exemples ci-joints pour identifier le symbole approprié.





Logos

Zone de protection et taille minimale

Pour bien faire ressortir le logo et en maximiser l'impact, il faut laisser suffisamment d'espace libre tout autour. Aucun texte, dessin, image ou autre ne peut apparaître dans cet espace.

L'espace minimal libre à respecter est défini par rapport au logo, soit la hauteur d'une goutte, sauf dans la section supérieure où la largeur d'une goutte suffit. L'espace est le même pour les logos avec et sans descriptif.

La taille minimale varie quant à elle selon la présence ou non d'un descriptif au logo. Sans descriptif, le logo ne peut être plus petit que 0,75 pouce en largeur pour demeurer lisible tandis qu'avec un descriptif, la taille minimale est de 1 pouce.

Une version mini du logo mère a également été créée pour éviter de perdre la distinction entre les 4 gouttes. Cette version doit être utilisée lorsque le logo est de moins de 1 pouce, mais ne devrait pas être plus petit que 0,5 pouce.

Zone de protection



Taille minimale



1 po



0,75 po

Taille minimale (version mini)



0.5 po

X



Logos

Utilisations web et exceptions

De façon exceptionnelle, le logo de la marque mère peut être utilisé dans son positionnement horizontal, par exemple dans son utilisation sur le bandeau du site web.

Les versions verticales du logo doivent toujours être priorisées.

01
Logo officiel

02
Logo bilingue

01



02





Logos

Utilisation web et exceptions - zone de protection et taille minimale

Dans le cas de l'utilisation web ou d'une exception horizontale, la zone de protection est de la largeur d'une goutte sur toute la périphérie du logo, et sa taille minimale est de 1,5 pouce en largeur.

Zone de protection



Taille minimale



1.5 po



2 po

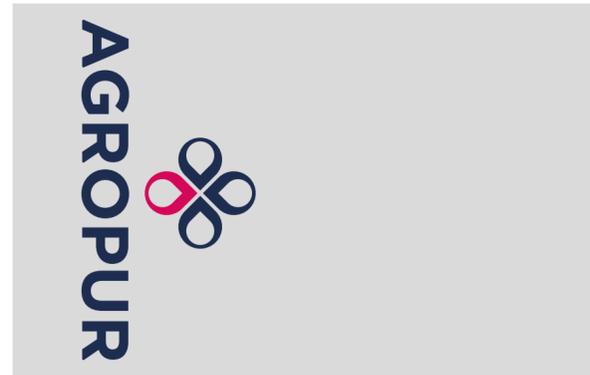


Logos

Utilisations incorrectes

Règles générales pour l'utilisation du logo.

01



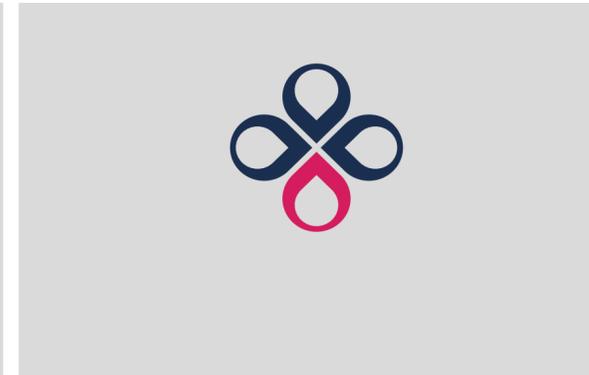
Ne pas tourner le logo

02



Ne pas ajouter d'effet au logo

03



Ne pas changer les proportions du logo

04



Ne pas changer la forme des lettres du logo

05



Ne pas étirer ou aplatir le logo

06



Ne pas déplacer les lettres du logo

07



Ne pas mettre en contour le logo

08



Ne pas ajouter de descriptif au logo
Ne pas ajouter de dessins dans les gouttes



Logos

Utilisations incorrectes et correctes sur fonds

Dans la majorité des cas, il faut utiliser le logo dans ses couleurs originales. Un fond blanc est à privilégier. Si vous devez utiliser un fond pâle, assurez-vous que le contraste avec ce fond soit maximal.

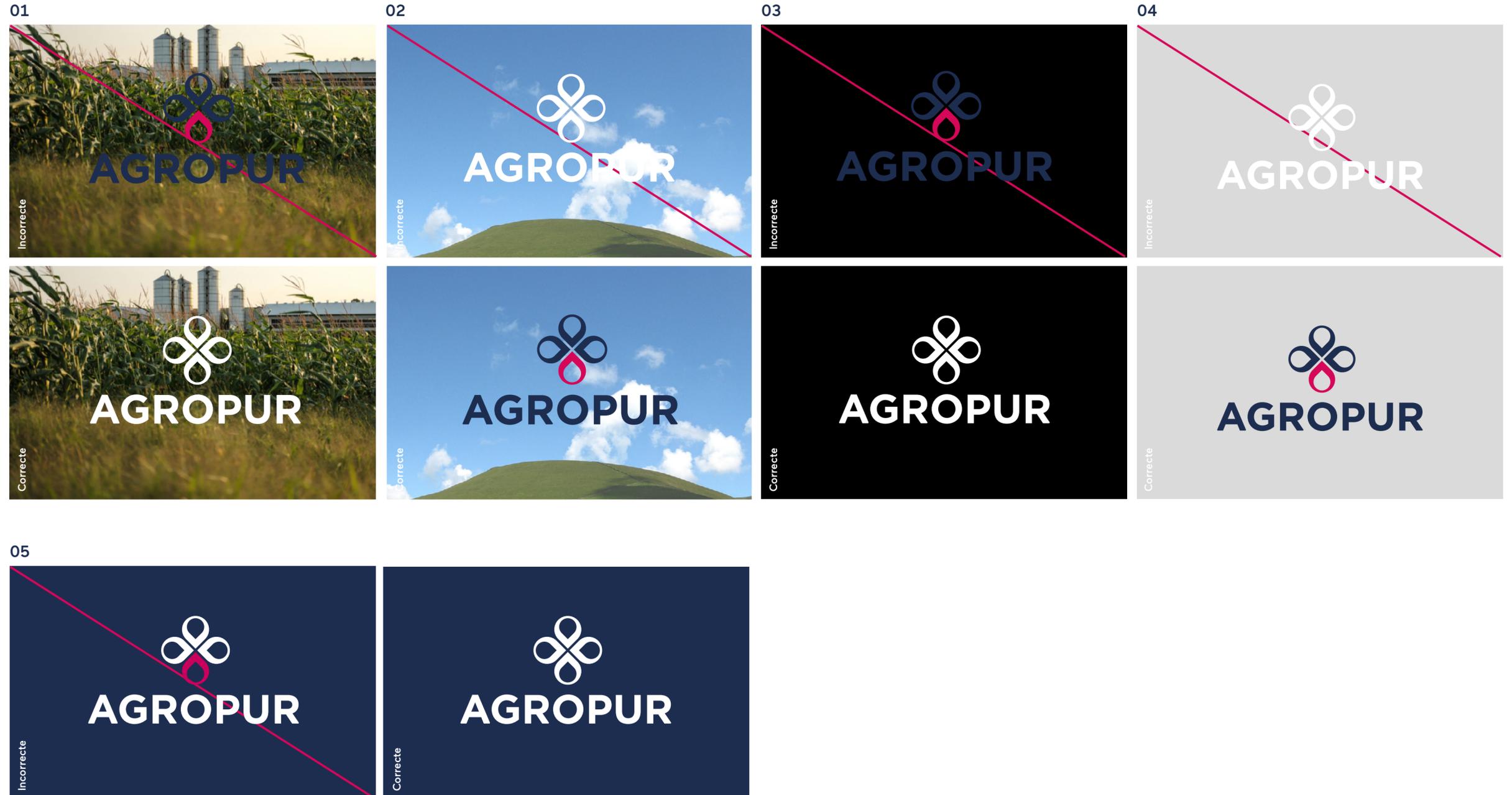
01
Ne pas utiliser la version couleur du logo sur des photos complexes et foncées.

02
Ne pas utiliser la version blanche du logo sur des photos complexes et pâles.

03
Ne pas utiliser la version couleur sur un fond foncé. S'assurer d'avoir le contraste maximal avec le fond.

04
Ne pas utiliser la version blanche sur un fond pâle. S'assurer d'avoir le contraste maximal avec le fond.

05
Ne pas conserver la goutte rose avec la version renversée. Lorsque le logo renversé est utilisé, il doit être complètement blanc.





Logos

Proportions marque mère vs marques filles

Lorsque le logo mère est positionné avec ses marques filles, ces dernières mesurent un tiers de la longueur du logo mère.

Les marques filles sont utilisées dans leurs couleurs originales afin de ne pas les dénaturer.



Natrel[®]

1/3

OKASM

1/3

MONSIEUR
GUSTAVSM

1/3

01.2

COULEURS



Couleurs

Palette de couleurs

Les recettes de couleurs pour tous les contextes d'application. Il faut toujours prioriser l'utilisation des couleurs PMS lorsque la méthode d'impression le permet.

COUCHÉ	COUCHÉ	COUCHÉ	COUCHÉ
PMS 295 C	PMS Rubine Red C	CMYK 100 68 8 52	CMYK 0 100 18 3

RVB 0 47 95	RVB 202 0 93
-----------------------------	------------------------------

NON-COUCHÉ	NON-COUCHÉ	NON-COUCHÉ	NON-COUCHÉ
PMS 295 U	PMS Rubine Red U	CMYK 99 51 8 36	CMYK 2 94 5 0

WEB 002F5F	WEB CA005D
----------------------	----------------------

01.3

POLICES DE CARACTÈRES



Polices de caractères

Principaux

La police de caractères Maax est la police officielle de la marque Agropur et doit être utilisée pour tous les documents et publications officiels de l'entreprise.

Pour les employés, la police Arial est disponible sans besoin de licences.

Matériel imprimé | police de caractères officielle

Maax

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Nantes

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Exemple avec le manifeste

L'aube est un moment privilégié pour ceux qui se lèvent tôt.

Par chez nous, le soleil se lève chaque matin sur l'ensemble de nos producteurs laitiers et de nos employés qui ont tous la même idée en tête : faire un meilleur lait. Meilleur au goût. Meilleur pour la planète. Meilleur tout court.

Notre soif de perfection nous pousse sans cesse à innover, à faire ressortir le meilleur du lait. Ça, ça passe par des pratiques agricoles responsables et des animaux bien traités. Ça demande une équipe qui se donne corps et âme autant à la ferme que dans la transformation des produits. Pour changer le monde, à notre façon. On est 13 000 familles unies par une même vision :

offrir à tous un meilleur lait, un meilleur monde.



Polices de caractères

Numériques

Playfair Display et Raleway sont disponibles pour une utilisation numérique.

Polices de caractères numériques

Playfair Display

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Black Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Raleway

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medium Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Black Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Exemple avec le manifeste

L'aube est un moment privilégié pour ceux qui se lèvent tôt.

Par chez nous, le soleil se lève chaque matin sur l'ensemble de nos producteurs laitiers et de nos employés qui ont tous la même idée en tête : faire un meilleur lait. Meilleur au goût. Meilleur pour la planète. Meilleur tout court.

Notre soif de perfection nous pousse sans cesse à innover, à faire ressortir le meilleur du lait. Ça, ça passe par des pratiques agricoles responsables et des animaux bien traités. Ça demande une équipe qui se donne corps et âme autant à la ferme que dans la transformation des produits. Pour changer le monde, à notre façon. On est 13 000 familles unies par une même vision :

offrir à tous un meilleur lait, un meilleur monde.