

Communications des composantes au sujet du Grand Marché

Utilisation rédactionnelle

Lorsque les composantes, comme Mycélium et les Urbainculteurs parlent du Grand Marché, celles-ci doivent s'identifier au Grand Marché dans leurs communications.

Utilisation graphique

Les règles présentées à droite s'appliquent strictement aux composantes du Grand Marché.

Exemple :

« Mycélium, une composante du Grand Marché ».

Restrictions

Tous les logos combinés à celui du Grand Marché doivent être utilisés en noir ou en renversé (blanc).

Il est de la responsabilité de la composante de s'assurer de fournir un logo simplifié facilitant sa lisibilité.



La distance entre le logo du commerçant et le logo du Grand Marché équivaut à deux fois la largeur du mot « Québec ».



L'alignement du logo du Grand Marché diffère selon la composante. Pour Mycélium, les logos s'alignent en leur centre. Tandis que pour les Urbainculteurs, les deux logos sont alignés par le bas. La taille du logo du Grand Marché doit être visuellement ajustée selon les proportions ci-dessus.



Si la mise en page requiert une disposition verticale, utilisez la hauteur de deux M du logo du Grand Marché.



Privilégier un alignement à gauche, car les logos des composantes sont construits en largeur.

Communications du Grand Marché au sujet des composantes

Utilisation rédactionnelle

Lorsque le Grand Marché communique au sujet des composantes, comme Mycélium et les Urbainculteurs, celles-ci sont nommées en second plan.

Utilisation graphique

Les règles présentées à droite s'appliquent seulement aux composantes du Grand Marché.

Exemple :

« Le Grand Marché, en partenariat avec Mycélium et les Urbainculteurs ».

Restrictions

Tous les logos combinés à celui du Grand Marché doivent être utilisés en noir ou en renversé (blanc).

Il est de la responsabilité de la composante de s'assurer de fournir un logo simplifié facilitant sa lisibilité.

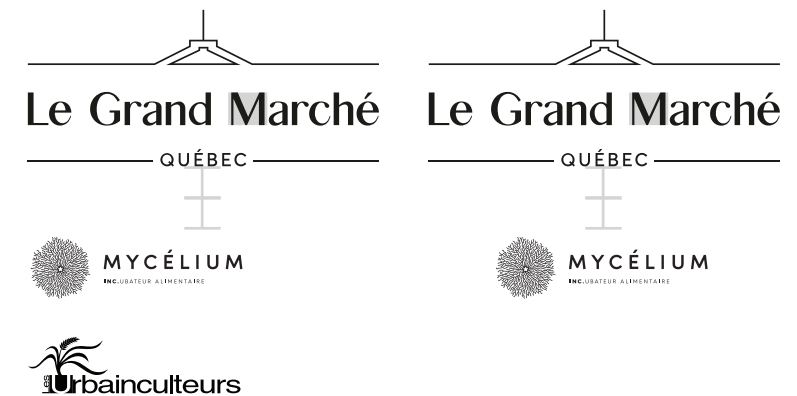


La distance entre le logo du Grand Marché et le premier logo du commerçant équivaut à une fois la largeur du mot « Québec ».

L'espace entre le premier et le second logo du commerçant équivaut à la moitié de la largeur du mot « Québec ».

La proportion des logos des marchands équivaut à environ 50 % de la hauteur du logo du Grand Marché.

Les logos des commerçants sont centrés en hauteur par rapport aux doubles lignes du logo du Grand Marché.



Si la mise en page requiert une disposition verticale, utilisez la hauteur de deux M du logo du Grand Marché.

Si les deux composantes sont présentes, privilégiez l'alignement à gauche, comparativement à un alignement centré dans le cas d'une seule composante.

Nominal - Le Grand Marché

Utilisation

« Le Grand Marché » est le nom officiel.

Dans un contexte de lancement, dans un texte d'introduction ou comme titre, il est possible d'ajouter « de Québec » au nominal. Cet ajout permet de situer le Marché dans son secteur et d'y asseoir sa notoriété.

Taille minimale



Il est important de s'assurer que le logo du Grand Marché respecte la taille minimale requise.