



GUIDE D'IDENTITÉ VISUELLE



1 NOTRE LOGO

- 1.1 UTILISATION DU LOGO
- 1.2 UTILISATION INCORRECTE

2 RÈGLES DE BASE

- 2.1 TYPOGRAPHIE ET COULEURS OFFICIELLES
- 2.2 DÉSIGNATION DES ÉTABLISSEMENTS

3 UTILISATIONS

- 3.1 ARTICLES DE PAPETERIE
 - Papier à en-tête
 - Enveloppes
 - Cartes professionnelles
- 3.2 ÉPINGLETTES
- 3.3 SIGNALISATION
 - Directives générales
 - Utilisation incorrecte

4 SECTEUR D'ACTIVITÉ

- 4.1 PAPIER TISSU RÉSOLU
 - Bases de la marque
 - Papier à en-tête
 - Enveloppes
 - Cartes professionnelles

Le programme d'identité visuelle de Produits forestiers Résolu comporte plusieurs éléments de base qui constituent la pierre angulaire de toutes nos communications visuelles. Son utilisation est soumise à un ensemble de règles strictes qui forment les composantes « techniques » de notre identité visuelle.

Il y a peu de place pour l'interprétation à ce niveau. Les éléments graphiques vous sont fournis sur support électronique et vous n'avez donc pas à les recréer.

Si nous nous conformons en tout temps à ces règles d'application, nous pourrons non seulement maximiser la cohérence et la portée de notre identité visuelle, mais aussi renforcer l'image de marque de notre entreprise.

Note : Les installations détenues en coentreprise ne sont pas soumises aux présentes lignes directrices.

Mise à jour : janvier 2022

GUIDE D'IDENTITÉ VISUELLE

SECTION

1

NOTRE LOGO

- 1.1 UTILISATION DU LOGO
- 1.2 UTILISATION INCORRECTE

Le logo de Produits forestiers Résolu évoque la forêt où la Société travaille, les produits de papier, de pâte, de papier tissu et de bois d'œuvre qu'elle fabrique, et la nature moderne et dynamique de l'organisation. Les produits de papier sont représentés dans le demi-cercle du « R », symbolisant une bobine de papier, ainsi que dans les plis du logo. Les formes rectangulaires et triangulaires, dans le trait vertical et le trait oblique du « R », représentent des balles de pâte, les produits du bois et la foresterie. Par l'utilisation du vert comme couleur principale, le dessin illustre également l'engagement de la Société envers le développement durable.

Vous trouverez des logos téléchargeables sur le site pfresolu.com/logo.

Pour obtenir des logos se prêtant à des applications particulières, veuillez communiquer avec le service des Communications d'entreprise à logo@resolutefp.com.

ESPACE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE

Afin d'avoir la plus grande portée visuelle possible, le logo doit toujours être entouré d'un espace de protection minimum équivalent à la hauteur de la lettre « r » dans « résolu ». Cet espace doit toujours être entièrement libre d'éléments visuels (graphiques, typographiques ou autres).

Pour que le logo de Résolu soit clair et lisible, il ne doit jamais être utilisé dans une taille inférieure aux dimensions minimales spécifiées.

LOGOS OFFICIELS

VERTICAL EN DEUX COULEURS



VERTICAL EN NOIR ET BLANC



AUTRES VERSIONS DU LOGO

HORIZONTAL EN DEUX COULEURS



HORIZONTAL EN NOIR ET BLANC



LOGOS INVERSÉS

NOIR ET BLANC



PANTONE 350



PANTONE 354



ESPACE DE PROTECTION



TAILLE MINIMALE (LES DEUX VERSIONS)



Notre logo reflète visuellement nos valeurs d'entreprise. La non-conformité aux règles de composition ou de reproduction du logo pourrait être associée à un manque de professionnalisme.

Les exemples ci-contre illustrent certaines des erreurs les plus fréquentes.

N'essayez jamais de recréer le logo. Utilisez toujours les modèles qui se trouvent sur le site pfresolu.com/logo.

NE PAS MODIFIER LE LOGO



NE PAS MODIFIER LES COULEURS DU LOGO



NE PAS MODIFIER LE CARACTÈRE TYPOGRAPHIQUE



NE PAS FAIRE PIVOTER LE LOGO NI LE DISPOSER SUR UN FOND ENCOMBRÉ OU DE COULEUR INAPPROPRIÉE



NE PAS AJOUTER LE NOM D'UN ÉTABLISSEMENT OU LA DÉSIGNATION D'UN SECTEUR D'ACTIVITÉ (VEUILLEZ VOUS RÉFÉRER À LA PAGE 6 DU GUIDE)



GUIDE D'IDENTITÉ VISUELLE

SECTION

2

RÈGLES DE BASE

- 2.1 TYPOGRAPHIE ET
COULEURS OFFICIELLES
- 2.2 DÉSIGNATION DES
ÉTABLISSEMENTS

TYPOGRAPHIE

La typographie fait partie intégrante de notre identité visuelle. Il faut utiliser les polices désignées de façon uniforme pour améliorer et renforcer l'image de marque de la Société.

POLICE - COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES : ARIAL

Lettres, télécopies, notes de service
Présentations PowerPoint
Communiqués de presse
Communications Web
Contrats
Formulaires

POLICE - CONCEPTION GRAPHIQUE : NEUTRAFACE 2 TEXT

Brochures
Annonces
Affiches
Bulletins
Bannières
Enseignes
Autre matériel marketing

COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES

ARIAL REGULAR (régulier)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ARIAL BOLD (gras)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

CONCEPTION GRAPHIQUE

NEUTRAFACE 2 TEXT BOOK (régulier)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

NEUTRAFACE 2 TEXT BOLD (gras)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ARIAL ITALIC (italique)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ARIAL BOLD ITALIC (gras italique)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

NEUTRAFACE 2 TEXT BOOK ITALIC (italique)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

NEUTRAFACE 2 TEXT BOLD ITALIC (gras italique)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

COULEURS OFFICIELLES

Utilisées de façon appropriée et uniforme, les couleurs officielles de l'entreprise contribuent à créer une image forte et cohérente pour notre organisation.

Nos couleurs primaires doivent être utilisées de façon prioritaire dans toutes nos communications, tandis que nos couleurs secondaires doivent servir d'accents qui renforcent l'intérêt visuel.

COULEURS PRIMAIRES

PANTONE 354

C 90 M 0 J 100 N 0
R 0 V 175 B 70
WEB 00AF46

PANTONE 350

C 90 M 0 J 100 N 65
R 30 V 65 B 50
WEB 1E4132

COULEURS SECONDAIRES

PANTONE 320

C 93 M 0 J 36 N 0
R 0 V 157 B 165
WEB 009DA5

PANTONE 573

C 25 M 0 J 16 N 0
R 187 V 233 B 222
WEB BBE9DE

PANTONE 5797

C 15 M 6 J 32 N 1
R 199 V 202 B 156
WEB C7CA9C

PANTONE 1545

C 18 M 53 J 92 N 35
R 122 V 95 B 72
WEB 7A5F48

PANTONE 165

C 0 M 53 J 89 N 0
R 255 V 117 B 72
WEB FF7548

PANTONE 5477

C 67 M 43 J 53 K 12
R 95 V 112 B 112
WEB 5F7070

DÉSIGNATION OFFICIELLE DES ÉTABLISSEMENTS

Voici quelques exemples de différentes désignations pour nos établissements :

Usine de papier
(p. ex., usine Alma)

Usine de pâte
(p. ex., usine Menominee)

Scierie
(p. ex., scierie Saint-Félicien)

Usine de transformation du bois
(p. ex., usine de transformation du bois La Doré)

Usine de papier tissu
(p. ex., usine Hialeah)

Opérations forestières
(p. ex., opérations forestières Lac-Saint-Jean)

Installation hydroélectrique
(p. ex., installation hydroélectrique Murdock-Wilson)

Dans le cas où le nom de l'établissement devrait être ajouté au **logo** de Produits forestiers Résolu, les règles suivantes seront appliquées.

- Les mots « **produits forestiers** » sont retirés du logo pour faire place au nom de l'établissement.
- Le nom de l'établissement est aligné à gauche avec la lettre « r » du mot « **résolu** ».
- Des espaces de protection minimum équivalant à la hauteur de la lettre « r » doivent être respectées.

INDICATIONS TYPOGRAPHIQUES

Police: Neutraface 2 Text Demi, en majuscules et minuscules

Interlettrage: - 15/1000 em

Couleur: Pantone 350

Nombre de lignes: maximum 2

LOGO OFFICIEL (ACCOMPAGNÉ DU NOM DE L'ÉTABLISSEMENT)

VERSION VERTICALE



Opérations forestières
Lac-Saint-Jean



Usine de pâte
Saint-Félicien



Scierie Senneterre

AUTRE VERSION DU LOGO (ACCOMPAGNÉ DU NOM DE L'ÉTABLISSEMENT)

VERSION HORIZONTALE



Opérations forestières
Lac-Saint-Jean



Usine de pâte
Saint-Félicien



Scierie Senneterre

GUIDE D'IDENTITÉ VISUELLE

SECTION

3

UTILISATIONS

3.1 ARTICLES DE PAPETERIE

- Papier à en-tête
- Enveloppes
- Cartes professionnelles

3.2 ÉPINGLETTES

3.3 SIGNALISATION

- Directives générales
- Utilisation incorrecte

GRILLE

Cette grille indique les positions fixes du logo et de l'adresse. Le logo est reproduit dans les deux couleurs primaires, tandis que l'adresse est en Pantone 350.

Il existe aussi un papier à en-tête sans adresse pouvant servir de deuxième page de lettre. Le type de papier et les marges doivent être les mêmes que dans le cas du papier à en-tête ordinaire.

DISPOSITION DU TEXTE

À noter qu'il y a toujours une marge de 25,4 mm (1 po) de chaque côté de la page et que la date doit se trouver à 65,6 mm (2,58 po) du haut de la page. Le texte, en caractère Arial à simple interligne, doit être aligné à gauche.

ÉTABLISSEMENTS

Chaque établissement doit personnaliser le gabarit de papier à en-tête électronique en y intégrant ses nom, adresse et numéro de téléphone.

Pour assurer l'uniformité d'un établissement à l'autre, le nom de l'établissement doit toujours figurer sur la première ligne de l'adresse, en Neutraface 2 Text Book pour les textes imprimés et en Arial pour les communications électroniques.

EXEMPLES

PAPIER À EN-TÊTE DU SIÈGE SOCIAL
1010, rue De La Gauchetière, bureau 400
Montréal (Québec) H3B 2N2 Canada
Tél. 514 875-2160 **pfresolu.com**

EN-TÊTE STANDARD (CANADA)
Nom de l'établissement
123, nom de la rue, bureau
Ville (Province) Code postal Canada
Tél. 000 000-0000 **pfresolu.com**

Le nom de la province doit être entre parenthèses. Il faut laisser deux espaces avant le code postal et avant le pays. L'adresse Web est en caractères gras et précédée de deux espaces.

SPÉCIFICATIONS D'IMPRESSION

Taille : 215,9 mm x 279,4 mm (8,5 po x 11 po)
Couleurs : logo en Pantone 350 et 354 (2 couleurs); adresse en Pantone 350
Papier : non couché blanc, 70 lb (140 M), blancheur minimale de 89



DEUXIÈME PAGE

GRILLE

Sur toutes les enveloppes blanches de format standard, le logo doit être imprimé dans les deux couleurs primaires ou en noir. Sur les enveloppes de papier manille et les autres enveloppes de couleur, le logo doit être noir.

Dans les marchés bilingues, l'adresse de l'expéditeur doit figurer dans les deux langues.

ÉTABLISSEMENTS

Chaque établissement doit personnaliser les gabarits électroniques pour les enveloppes en y intégrant ses coordonnées. Le nom de l'établissement est intégré à la première ligne de l'adresse, en Neutraface 2 Text Book.

INSTRUCTIONS TYPOGRAPHIQUES

ENVELOPPE STANDARD

Taille : 241,3 mm x 104,77 mm (9,5 po x 4,125 po) - n° 10

Couleurs : logo en Pantone 350 et 354 (2 couleurs) ou noir; adresse en Pantone 350 ou noir

ENVELOPPES GRAND FORMAT

Taille : 304,8 mm x 228,6 mm (12 po x 9 po)

Couleur : logo et adresse en noir

Papier : papier kraft, 24 lb

Taille : 381 mm x 228,6 mm (15 po x 9 po)

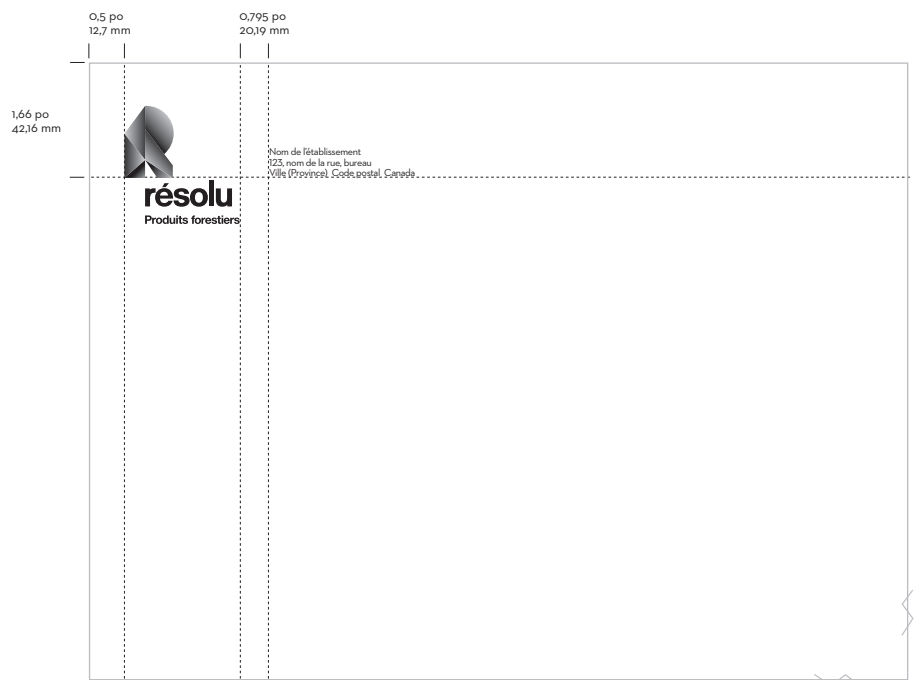
Couleur : logo et adresse en noir

Papier : papier kraft, 24 lb

ENVELOPPE N° 10



ENVELOPPE GRAND FORMAT



GRILLE

Afin d'assurer l'uniformité, toutes les cartes professionnelles doivent respecter la grille et la disposition présentées ci-contre en utilisant le gabarit électronique. La grille permet d'entrer neuf lignes de texte au besoin. À noter qu'il y a deux espaces entre la province et le code postal, entre le code postal et le pays, et entre les numéros de téléphone, de télécopie et de cellulaire.

Pour les cartes bilingues, ne jamais présenter l'information en deux langues du même côté de la carte. Placer la version française d'un côté et la version anglaise de l'autre.

ABRÉVIATIONS

Téléphone : T

Télécopieur : F

Cellulaire : C

EMPLACEMENT DU NOM DE L'ÉTABLISSEMENT

Pour assurer l'uniformité d'un établissement à l'autre, le nom de l'établissement doit toujours figurer sur la première ligne de l'adresse.

INDICATIONS TYPOGRAPHIQUES**NOM DE L'EMPLOYÉ(E)**

Police : Neutraface 2 Text Bold 8,5 points, tout en majuscules

Interlignage : 9 points

Interlettrage : - 40/1000 em

TITRE DE POSTE

Police : Neutraface 2 Text Bold 8,5 points

Interlignage : 9 points

Interlettrage : - 40/1000 em

ADRESSE ET COORDONNÉES

Police : Neutraface 2 Text Book 8 points

Interlignage : 8,25 points

Interlettrage : - 35/1000 em

SPÉCIFICATIONS D'IMPRESSION

Taille : 88,9 mm x 50,8 mm (3,5 po x 2 po)

Couleurs : logo en Pantone 350 et 354 (2 couleurs); adresse en Pantone 350

Papier : non couché blanc, 100 lb (12 points), blancheur minimale de 89

CANADA

0,1875 po
4,76 mm

0,138 po
3,505 mm

0,25 po
6,35 mm

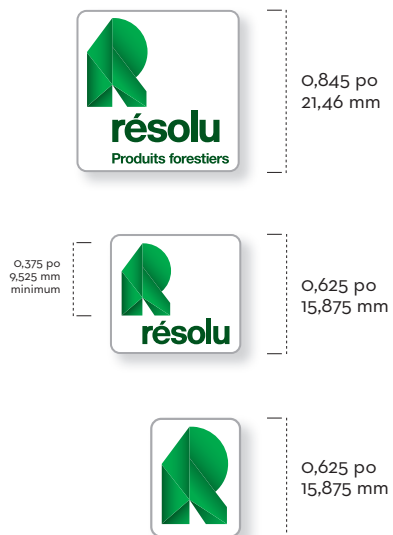
0,138 po
3,505 mm

NOM DE L'EMPLOYÉ(E)
Titre du poste
Seconde ligne pour le titre au besoin

Nom de l'établissement
 123, nom de la rue, bureau
 Case postale 0000
 Ville (Province) Code postal Canada
 T 012 012-4567 F 012 012-4567 C 012 012-4567
 prenom.nom@resolutefp.com

résolu
 Produits forestiers

Spécifications pour une production imprimée en quadrichromie, montée sur une base de métal argent (fond blanc et visuel en couleur)



Spécifications pour une production embossée sur métal argent (fond mat et visuel lustré)



**ENSEIGNES POUR
LES GRANDS BÂTIMENTS**

Normalement installées le plus haut possible sur un mur, les enseignes de bâtiments sont les premières que l'on aperçoit à distance.

La version horizontale du logo est permise pour ce type d'enseigne lorsque les circonstances le justifient, par exemple quand la superficie couverte par l'enseigne existante est beaucoup plus large que haute.

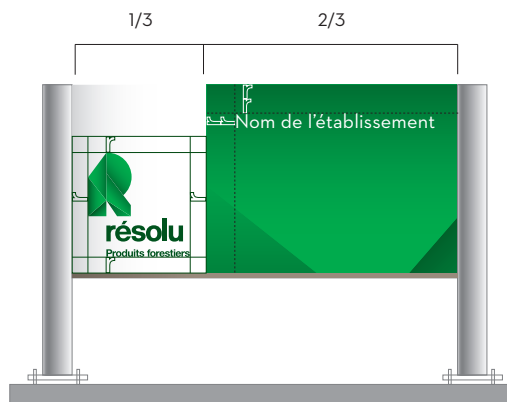


ENSEIGNES D'ENTRÉES PRINCIPALES

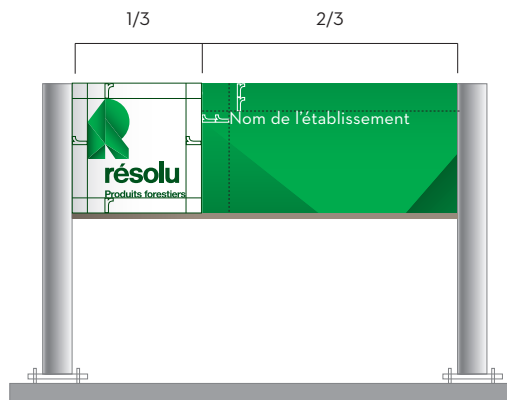
Les règles suivantes doivent être respectées :

- a) L'enseigne de l'entrée principale doit suivre la règle des proportions horizontales 1/3-2/3 : à gauche, la partie blanche contenant le logo occupe 1/3 de l'espace; à droite, la dénomination de l'établissement occupe les 2/3 de l'espace.
- b) Dans la partie de gauche, le logo doit être justifié verticalement au bas et centré horizontalement. Il doit avoir la taille maximale permise par l'espace de protection intégré au fichier du logo. La couleur d'arrière-plan pour cette partie doit toujours être le blanc.
- c) La partie de droite de l'enseigne doit être occupée de bord à bord par l'élément graphique à deux tons de vert qui se trouve sur le site pfresolu.com/logo. Le nom de l'établissement doit être écrit en blanc dans l'une des deux polices de caractères officielles : Arial ou Neutraface 2 Text. Vous pouvez utiliser des caractères gras ou des majuscules.
- d) Seule la version verticale officielle du logo est permise.

1/3



1/3



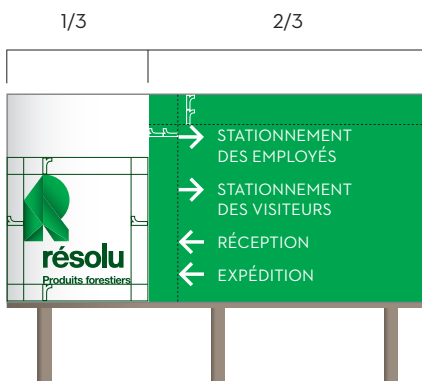
**ENSEIGNES DES ENTRÉES
SECONDAIRES ET PANNEAUX
INDICATEURS**

- a) Les enseignes des entrées secondaires et les panneaux indicateurs doivent aussi suivre la règle des proportions horizontales 1/3-2/3.
- b) Dans la partie de gauche, le logo doit être justifié verticalement au bas et centré horizontalement. Il doit avoir la taille maximale permise par l'espace de protection intégré au fichier du logo. La couleur d'arrière-plan pour cette partie doit toujours être le blanc.
- c) La partie de droite de l'enseigne doit être occupée de bord à bord par notre vert officiel Pantone 354.
- d) Les indications doivent être écrites en blanc dans l'une des deux polices de caractères officielles : Arial ou Neutraface 2 Text. Vous pouvez utiliser des caractères gras ou des majuscules.
- e) Seule la version verticale officielle du logo est permise.
- f) Pour les panneaux indicateurs, il est important d'utiliser les flèches illustrées ci-contre (téléchargeables sur pfresolu.com/logo).

1/3 



1/3 



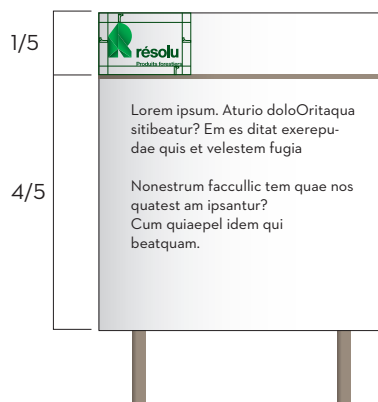
**MODIFICATION D'ENSEIGNES
EXISTANTES**

Dans certaines situations, on peut adapter la portion d'une enseigne verticale existante contenant le logo quand la portion réservée à l'information est sur un fond blanc.

Le logo de Résolu doit être justifié à gauche et centré verticalement. Il doit avoir la taille maximale permise par l'espace de protection intégré au fichier du logo. Il faut toujours placer le logo sur un fond blanc.

Si l'espace occupé par le logo est limité, vous pouvez utiliser la version horizontale du logo.

1/5 



1/3 



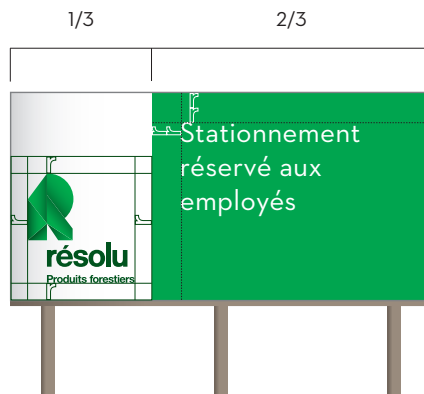
PANNEAUX AVERTISSEURS

Ces enseignes visent à attirer l'attention sur une mise en garde ou à donner de l'information sur un lieu en particulier.

- a) L'enseigne doit suivre l'une des trois règles proportionnelles suivantes :
 - **Option horizontale** : 1/3-2/3
Voir « Enseignes d'entrées principales ».
 - **Option verticale 1** : 1/3-2/3
Dans le haut, la partie blanche contenant le logo doit occuper 1/3 de l'espace et dans le bas, les 2/3 de l'espace sont occupés par l'information.
 - **Option verticale 2** : 1/5-4/5
Dans le haut, la partie blanche contenant le logo doit occuper 1/5 de l'espace et dans le bas, les 4/5 de l'espace sont occupés par l'information.
- b) Dans les versions verticales, le logo doit être aligné à gauche, centré verticalement et de la taille maximale permise par l'espace de protection intégré au fichier du logo. Il faut toujours placer le logo sur un fond blanc.
- c) La portion de l'enseigne qui contient l'information doit être occupée de bord à bord par notre vert officiel Pantone 354.
- d) L'information doit être écrite en blanc dans l'une des deux polices de caractères officielles : Arial ou Neutraface 2 Text. Vous pouvez utiliser des caractères gras ou des majuscules.
- e) Pour les panneaux avertisseurs horizontaux, vous devez utiliser la version verticale officielle du logo. Pour l'une ou l'autre option verticale des panneaux, vous pouvez utiliser le logo horizontal.

OPTION HORIZONTALE

1/3



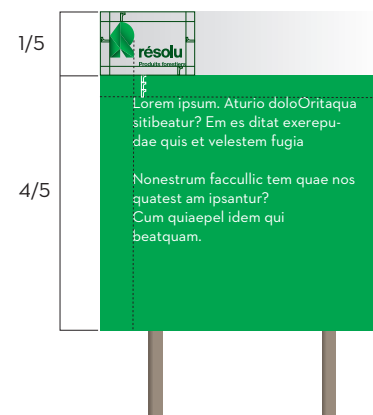
OPTION VERTICALE 1

1/3



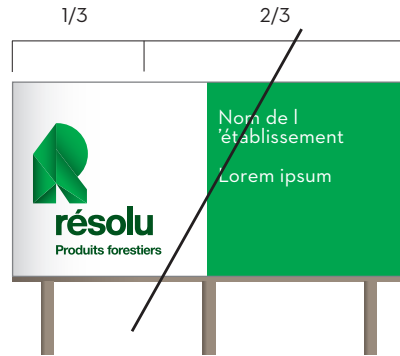
OPTION VERTICALE 2

1/5



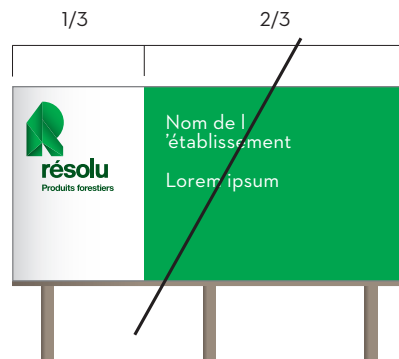
La règle des proportions horizontales 1/3-2/3 doit être respectée.

1/3 



Toujours positionner le logo à l'endroit spécifié.

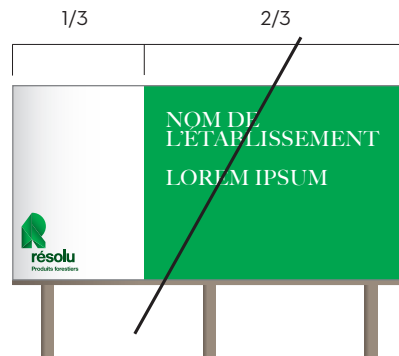
1/3 



N'utilisez que les polices de caractères officielles : Neutraface 2 Text ou Arial.

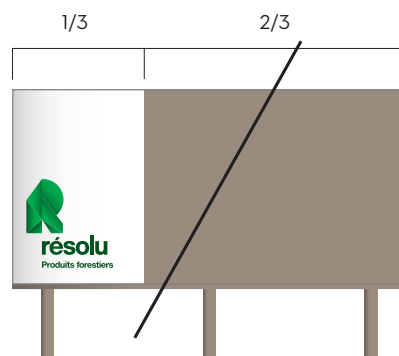
Agrandissez le logo à la taille maximale permise par l'espace de protection intégré au fichier du logo.

1/3 



Sur les enseignes secondaires et les panneaux avertisseurs, n'utilisez que la couleur officielle Pantone 354 comme couleur d'arrière-plan dans la partie de droite.

1/3 



GUIDE D'IDENTITÉ VISUELLE

SECTION

4

SECTEUR D'ACTIVITÉ

- 4.1 PAPIER TISSU RÉSOLU
 - Bases de la marque
 - Papier à en-tête
 - Enveloppes
 - Cartes professionnelles

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Les principes qui régissent notre image de marque s'appliquent également au secteur d'activité Papier tissu Résolu. Par conséquent, il est essentiel de les comprendre et de les utiliser de façon cohérente lorsque vos travaillez avec les composantes de la marque Papier tissu Résolu, comme la signature, les couleurs et la typographie.

Vous trouverez des logos téléchargeables sur le site pfresolu.com/logo.

Pour obtenir des logos se prêtant à des applications particulières, veuillez communiquer avec le service des Communications d'entreprise à logo@resolutefp.com.

ESPACE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE

Afin d'avoir le plus grand impact visuel possible, la signature doit toujours être entourée d'un espace de protection minimum équivalant à la hauteur de la lettre «r» dans «résolu». Cet espace doit toujours être entièrement libre d'éléments visuels (graphiques, typographiques ou autres).

Pour que la signature de Papier tissu Résolu soit claire et lisible, elle ne doit jamais être utilisée dans une taille inférieure aux dimensions minimales spécifiées.

COULEURS OFFICIELLES

Utilisées de façon appropriée et uniforme, les couleurs officielles de l'entreprise contribuent à créer une image forte et cohérente pour notre organisation.

TYPOGRAPHIE

La typographie fait partie intégrante de notre identité visuelle. Il faut utiliser les polices désignées de façon uniforme, pour améliorer et renforcer l'image de marque de la Société.

4.1 PAPIER TISSU RÉSOLU

Bases de la marque

SIGNATURES OFFICIELLES

HORIZONTALE EN DEUX COULEURS

papier tissu résolu

AUTRES VERSIONS DU LOGO

VERTICALE EN DEUX COULEURS

**résolu
papier tissu**

SIGNATURES INVERSÉES

papier tissu résolu

HORIZONTALE EN NOIR ET BLANC

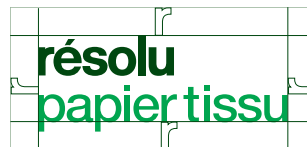
papier tissu résolu

VERTICALE EN NOIR ET BLANC

**résolu
papier tissu**

**résolu
papier tissu**

ESPACE DE PROTECTION



TAILLE MINIMALE



1,22 po
88 pixels



,765 po
55 pixels

PANTONE 354

C 90 M 0 J 100 K 0
R 0 V 175 B 70
WEB 00AF46

PANTONE 350

C 90 M 0 J 100 K 65
R 30 V 65 B 50
WEB 1E4132

ARIAL REGULAR (régulier)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

NEUTRAFACE 2 TEXT BOOK (régulier)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Utilisez la famille de polices Arial pour les lettres, les télécopies, les notes de service, les présentations PowerPoint, les communiqués de presse, les communications web, les contrats et les formulaires.

Utilisez la famille de polices Neutraface 2 Text pour les brochures, les annonces, les affiches, les bulletins, les bannières, les enseignes et tout autre matériel marketing.

GRILLE

Le logo de Produits forestiers Résolu, la signature du secteur d'activité et le bloc adresse ont des positions fixes sur la grille du papier à en-tête. Le logo et la signature du secteur d'activité sont reproduits dans les deux couleurs officielles, tandis que l'adresse apparaît en Pantone 350.

Il existe aussi un papier à en-tête sans adresse pouvant servir de deuxième page de lettre. Le type de papier et les marges doivent être les mêmes que dans le cas du papier à en-tête ordinaire.

DISPOSITION DU TEXTE

À noter qu'il y a toujours une marge de 25,4 mm (1po) de chaque côté de la page et que la date doit se trouver à 65,6 mm (2,58 po) du haut de la page. Le texte, en caractère Arial à simple interligne, doit être aligné à gauche.

SPÉCIFICATIONS D'IMPRESSION

Taille : 215,9 mm x 279,4 mm (8,5 po x 11 po)
Couleurs : logo en Pantone 350 et 354 (2 couleurs); adresse en Pantone 350
Papier : non couché blanc, 70 lb (140 M), blancheur minimale de 89



DEUXIÈME PAGE

GRILLE

Toutes les enveloppes blanches de format standard doivent utiliser le logo de Produits forestiers Résolu et la signature Papier tissu Résolu en deux couleurs ou en noir. Sur les enveloppes de papier manille et les autres enveloppes de couleur, le logo doit être noir.

INSTRUCTIONS TYPOGRAPHIQUES

ENVELOPPE STANDARD

Taille : 241,3 mm x 104,77 mm (9,5 po x 4,125 po) – n° 10

Couleurs : logo en Pantone 350 et 354 (2 couleurs) ou noir ; adresse en Pantone 350 ou noir

ENVELOPPES GRAND FORMAT

Taille : 304,8 mm x 228,6 mm (12 po x 9 po)

Couleur : logo et adresse en noir

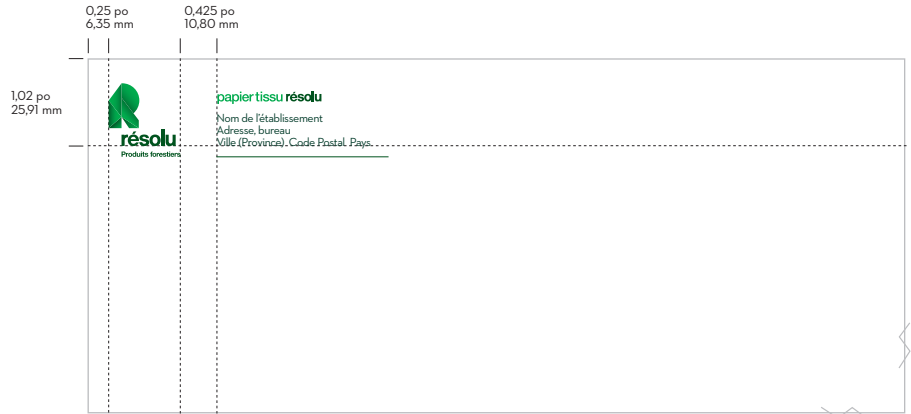
Papier : papier kraft, 24 lb

Taille : 381 mm x 228,6 mm (15 po x 9 po)

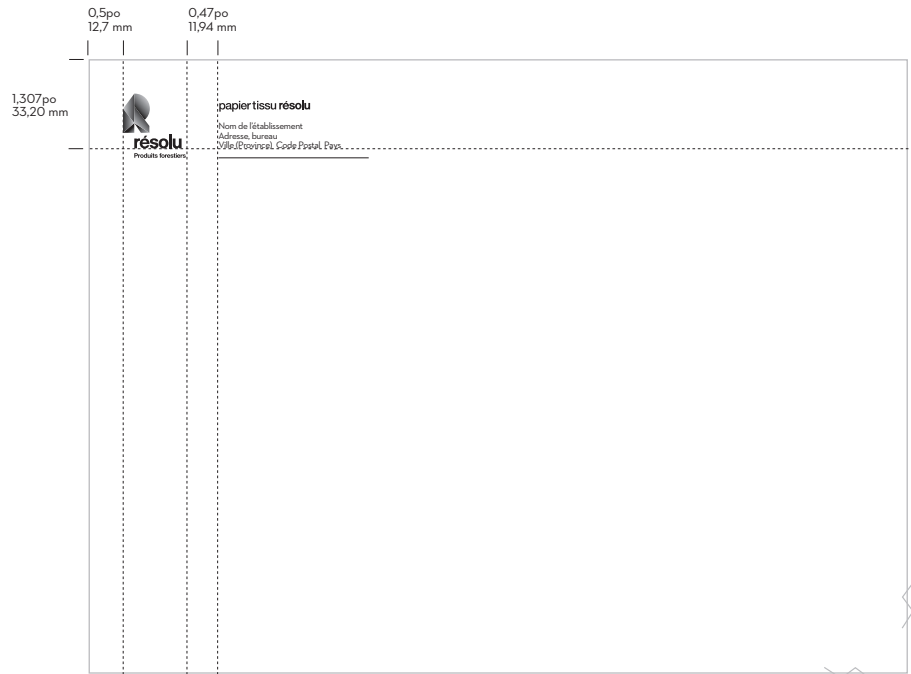
Couleur : logo et adresse en noir

Papier : papier kraft, 24 lb

ENVELOPPE N° 10



ENVELOPPE GRAND FORMAT



GRILLE

Afin d'assurer l'uniformité de notre image, toutes les cartes professionnelles doivent respecter la grille et la disposition présentées ci-contre en utilisant le gabarit électronique. La grille permet d'entrer neuf lignes de texte au besoin. À noter qu'il y a deux espaces entre la province et le code postal, entre le code postal et le pays, et entre les numéros de téléphone, de télécopie et de cellulaire.

ABRÉVIATIONS

Téléphone : T
Télécopieur : F
Cellulaire : C

INDICATIONS TYPOGRAPHIQUES

NOM DE L'EMPLOYÉ(E)

Police : Neutraface 2 Text Bold
8,5 points, tout en majuscules
Interlignage : 9 points
Interlettrage : - 40/1000 em

TITRE DE POSTE

Police : Neutraface 2 Text Bold 8,5 points
Interlignage : 9 points
Interlettrage : - 40/1000 em

ADRESSE ET COORDONNÉES

Police : Neutraface 2 Text Book 8 points
Interlignage : 8,25 points
Interlettrage : - 35/1000 em

SPÉCIFICATIONS D'IMPRESSION

Taille : 88,9 mm x 50,8 mm (3,5 po x 2 po)
Couleurs : logo en Pantone 350 et 354 (2 couleurs); adresse en Pantone 350
Papier : non couché blanc, 100 lb (12 points), blancheur minimale de 89

CANADA



VERSO

