

GUIDE DE
LA MARQUE
ET DES
NORMES
GRAPHIQUES

ALEA
1.0

LOGGO

Inspirer l'ascension et le mouvement, avec une touche de modernité. Une facture visuelle à l'image du club ALÉA, suscitant l'idée d'un plaisir infini.



ALEA

1.1

LOGO /

SYMBOLIQUE



POSITIONNEMENT

Plongez dans un atmosphère surréelle où vos sens sont enveloppés par les pulsations de la musique.

Avec le sommet de sa forme pyramidale qui évoque l'aspiration à aller plus haut, à atteindre un autre niveau, le A déconstruit [sigle graphique] devient à la fois le symbole du dynamisme et celui du prestige du club ALÉA.

L'autre pointe évoque quant à elle l'idée de mouvement et, dans un même élan, la jambe d'une personne qui danse. On retrouve ainsi combinés l'idée du plaisir sans contraintes et le sentiment exclusif d'un prestige qu'on ne retrouve pas ailleurs.

Simple et épurée, la typographie du mot « ALÉA » soutient l'ensemble avec une élégance exemplaire. La barre horizontale séparée, au sommet du E, permet de faire vivre le logo dans les deux langues, sans imposer ni le français ni l'anglais (l'anglophone ne perçoit pas la présence de l'accent, alors que le francophone la perçoit au premier coup d'œil).

ALEA

1.2

LOGO /

VARIANTES

SIGLE + LOGOTYPE + SIGNATURE



SIGLE + LOGOTYPE



SIGLE



LOGOTYPE + SIGNATURE



LOGOTYPE



Le logo principal du club ALÉA est un sigle représentant un A accompagné d'un logotype de même couleur.

Utilisation du logo avec ou sans signature :

Le logo peut être utilisé avec la signature combinée ou séparée, selon les situations et les différentes applications. L'utilisation de la signature combinée ou non au logo sera privilégiée au cours des 4 à 6 premiers mois d'opération du club afin de bien asseoir sa notoriété. L'objectif est de séparer graduellement la signature du

logo, au fur et à mesure que s'établira la notoriété du club et de son image de marque.

Une version secondaire ne présentant aucun texte (sigle) est également disponible pour une utilisation promotionnelle.

L'utilisation de la signature avec le logotype, sans le sigle, est également possible. Elle suivra la même évolution que celle mentionnée ci-dessus pour le logo.

FRANÇAIS

MARGE DE PROTECTION

FORMAT MINIMAL

BOÎTE DE RÊVES**BOÎTE DE RÊVES**

20 MM / 110 PX

ANGLAIS

MARGE DE PROTECTION

FORMAT MINIMAL

DREAMBOX**DREAMBOX**

14 MM / 40 PX

BILINGUE

BOÎTE DE RÊVES : DREAMBOXMARGE
DE PROTECTION

FORMAT MINIMAL

BOÎTE DE RÊVES : DREAMBOX

35 MM / 140 PX

Cette signature souligne la capacité du club ALÉA d'incarner un lieu qui se situe hors de la réalité ordinaire. On sort dans un tel club pour échapper à la vie quotidienne et vivre des expériences hors du commun. La version anglaise évoque davantage l'idée d'une boîte qui nous réserve à chaque visite de nouveaux moments intenses et surprenants. Comme dans tout rêve, les rencontres et les événements prennent une dimension additionnelle et sont à l'image d'un univers constamment en mouvement.

Utilisation de la signature :

Notre signature peut être apposée sur les communications courantes; pour plus d'explications à ce sujet, veuillez consulter les grilles de mise en page. Plutôt que d'être rédigée directement en DIN, elle doit toujours apparaître sous forme d'image vectorisée.

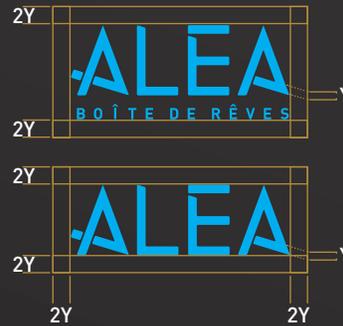
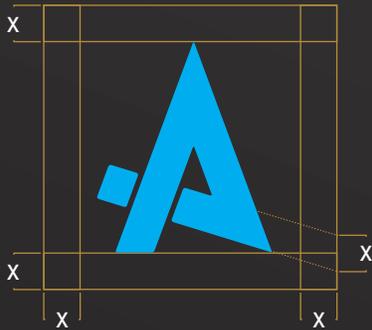
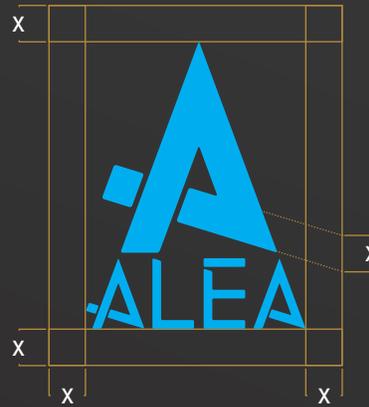
ALEA

1.4

LOGO /

TECHNICITÉS

MARGE DE PROTECTION



FORMAT MINIMAL



La marge de protection du logo se calcule à l'aide de l'épaisseur des pattes du A. Cette valeur est doublée, dans le cas du logotype.

La largeur minimale d'utilisation du logo est de 8 mm (35 pixels) celle du sigle de 6 mm (25 pixels) et celle du logotype de 8 mm (35 pixels). Lorsque la signature est utilisée, la largeur minimale est de 20 mm (110 px)

ALEA

1.4

LOGO /

COULEURS

COULEUR OFFICIELLE



CYAN

PMS : PROCESS CYAN
CMJN : 0;0;0;100
RGB : 0;157;224
HTML : #009DE0

RENVERSÉE



BLANC

CMJN : 0;0;0;0
RGB : 255;255;255
HTML : #FFFFFF

NOIR



NOIR

CMJN : 0;0;0;100
RGB : 0;0;0
HTML : #000000

La signature graphique de ALÉA utilise le cyan.
C'est la couleur officielle du club et celle que vous devez privilégier dans la réalisation de vos créations.

Le logo noir et sa version renversée peuvent être également utilisés.

ALEA

1.5

UTILISATIONS /

EFFETS PERMIS



AJOUTER
DES EFFETS LUMINEUX



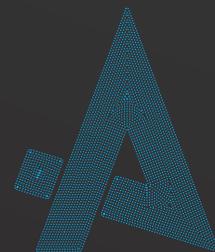
MODIFIER
LA COULEUR



AJOUTER
DES ÉLÉMENTS



AJOUTER
DES TEXTURES



Concevoir des créations percutantes pour un club est un heureux mélange de créativité et de rigueur.

Le logo de ALÉA offre ici une grande souplesse, permettant un maximum de latitude aux créatifs tout en respectant un certain code graphique pour assurer l'uniformité de la marque.

✘ MODIFIER
LES PROPORTIONS



✘ INCLINER



✘ DÉPLACER
LES ÉLÉMENTS



✘ MODIFIER
LA TYPOGRAPHIE



✘ AJOUTER
DES TEXTURES
SUR LE LOGOTYPE



✘ UTILISER
DES COULEURS
NON CONTRASTÉES



Livrable urgent, format particulier, élan créatif, idée du siècle, qu'à cela ne tienne. Une marque, c'est une marque, et certaines règles s'appliquent, au moment de travailler à une création dans laquelle vous devez l'incorporer.

Les règles régissant l'utilisation de l'image de marque de ALÉA respectent les standards usuels. Interdit de modifier, d'incliner, de déplacer, d'ajouter, etc.

PRO- MO- TIONS

Connaître les éléments constitutifs d'un logo, c'est bien.
Comprendre et appliquer les règles d'utilisation et du
territoire visuel d'une signature graphique, c'est essentiel
au respect d'une marque.

Veillez prendre note que les éléments de la section 2.0
vous sont présentés à titre de suggestions
d'utilisations correctes et ne représentent aucunement
des formats uniques d'utilisation.

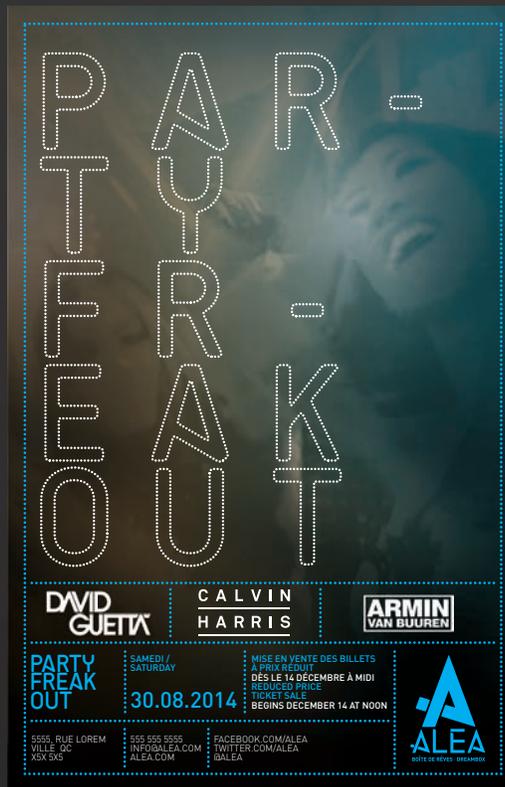
ALEA

2.1

PROMOTIONS /

TEASER

EXEMPLE



Les promotions « teasers » laissent place à la créativité des meilleurs idéateurs et concepteurs, à la condition que les règles graphiques qui définissent la marque ALÉA soient bien intégrées.

En arrière-plan, on retrouve une grande image mettant en évidence un aspect distinctif ou attrayant de l'événement.

Quelques noms de DJ sont dévoilés au-dessus du bloc de renseignements.

Ce bloc de renseignements relatifs à l'événement se trouve dans le bas du visuel. La partie du haut présente le titre, la date et les caractéristiques de l'événement. La partie inférieure présente quant à elle les coordonnées du club ALÉA et son logo en guise de signature.

Titre de l'événement

SciFly - Sans

Renseignements

DIN (Famille complète)

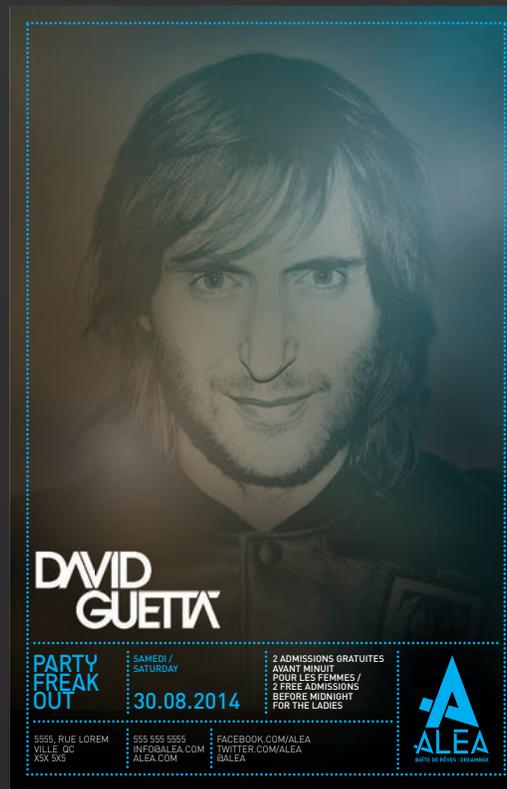
ALEA

2.2

PROMOTIONS /

DJ

EXEMPLE



Les promotions de DJ sont simple et efficace. Elles doivent respecter les règles graphiques qui définissent la marque ALÉA soient bien intégrées.

En arrière-plan, on retrouve une photo du DJ avec son logo aligné à gauche au-dessus du bloc de renseignements.

Ce bloc de renseignements relatifs à l'événement se trouve dans le bas du visuel. La partie du haut présente le titre, la date et les caractéristiques de l'événement. La partie inférieure présente quant à elle les coordonnées du club ALÉA et son logo en guise de signature.

Titre de l'événement

SciFly - Sans

Renseignements

DIN (Famille complète)

EXEMPLE 01 - TEASER



EXEMPLE 02 - DJ



Pour les promotions déclinées sur les réseaux sociaux, le format réduit impose parfois une version écourtée de l'information se trouvant sur les affiches ou prospectus.

En arrière-plan, on retrouve une grande image mettant en évidence un aspect distinctif ou attrayant de l'événement.

Lors de la mise en vedette d'un DJ, on privilégiera une photo de celui-ci avec son logo aligné à gauche au-dessus du bloc de renseignements.

Ce bloc de renseignements relatifs à l'événement se trouve dans le bas du visuel. La partie du haut présente le titre, la date et les caractéristiques de l'événement. La partie inférieure présente quant à elle les coordonnées du club ALÉA et son logo en guise de signature.

Titre de l'événement

SciFly - Sans

Renseignements

DIN (Famille complète)

EXEMPLES



Les photographies ayant des effets lumineux festifs et des images en action avec des zones floues sont à privilégier.

Les photographies de personnes, d'objets et de lieux sont permises.

Bien que les photographies désaturées, en or et bleu, soient privilégiées afin de refléter l'image de boîte de nuit haut de gamme, l'utilisation de photographies de toutes sortes de couleurs est également permise, notamment pour soutenir le concept d'un événement spécial.

Les visuels vectoriels peuvent quant à eux être utilisés dans des situations exceptionnelles.

VOCA-
BU-
LAIRE

Déployer instantanément le message sur une multitude de supports fait partie de la stratégie.

L'économie des mots passe par leur justesse, et la tonalité du message repose sur le choix judicieux des termes employés.

EXEMPLE 01 - PROMOTION

ALÉA au Casino du Lac-Leamy vous offre 1 consommation gratuite avant minuit.

EXEMPLE 02 - PROMOTION

Au club ALÉA, au Casino du Lac-Leamy, les cocktails sont à 5 \$ tous les vendredis soirs !

EXEMPLE 03 - SITE WEB

Inscrivez-vous à alea.com.

Voici un rappel de quelques règles ayant pour objectif de faciliter la tâche des rédacteurs, qui ne savent pas toujours quel déterminant, quelle préposition ou quelle structure de phrase employer pour référer à des promotions, au site Web, aux applications mobiles, etc.

Promotion

« Le club ALÉA », « au ALÉA », et « au club ALÉA » sont aussi des formules correctes, bien que l'on puisse vouloir les éviter dans les autopublicités en raison de leur longueur (ex. 02).

Site Web

L'adresse d'un site Web sans « www » doit être précédée de la préposition « à » ou de rien du tout, selon le contexte (ex. 03).

Si l'adresse doit être utilisée avec le « www », on doit l'introduire avec le déterminant « le » ou la forme contractée « à le », c'est-à-dire « au ».

Il est permis d'introduire l'adresse Web par le mot « adresse ».

La préposition « sur » est à proscrire pour référer directement à l'adresse du site, mais peut être utilisée comme suit :
« Visionnez les vidéos sur le site Web de ALÉA »
ou « Sur le site Web de ALÉA (alea.com), une nouvelle section vient d'être ajoutée ».

EXEMPLE 01

Lire la suite

EXEMPLE 02

Tous les billets

EXEMPLE 03

Liste complète

Pour les courtes phrases et les messages qui incitent les clients, les internautes ou les utilisateurs de l'application mobile à faire un geste particulier ou à effectuer une action précise, l'utilisation de verbes à l'infinitif est de mise (ex. 01).

Le choix de l'infinitif est peut-être un peu moins personnel et peut sembler moins courtois qu'une conjugaison à la deuxième personne du pluriel au mode impératif, mais il est plus fonctionnel et inclusif.

Lorsque l'emploi d'un verbe semble moins approprié, il est important d'utiliser un mot seul ou accompagné d'un adjectif ou d'un adverbe qui indique clairement vers quelle section ou quel contenu l'utilisateur sera dirigé (ex. 02, 03).

EXEMPLE 01 - PARAGRAPHE DESCRIPTIF

Aménagé dans une structure spectaculaire, surplombant l'aire de jeu du Casino Lac-Leamy, le club ALÉA est la destination par excellence pour apprécier la vie nocturne à sa plus haute expression. Au cœur de cet espace ovale hors du commun, les meilleurs DJ font vibrer le plancher de danse au son des plus chauds rythmes du moment. Plongez dans une atmosphère surréelle où vos sens sont enveloppés par les pulsations de la musique et les visuels immersifs d'un mur DEL aux dimensions impressionnantes. Atmosphère sexy, clientèle exclusive, sublimes sections VIP et technologie dernier cri : laissez-vous prendre au jeu, ALÉA vous invite à redécouvrir la nuit.

EXEMPLE 02 - PARAGRAPHE PROMOTIONNEL

Préparez-vous à aller un peu plus haut. Une fois la porte franchie, vous entrez dans un autre monde. Vos sens sont enveloppés par le rythme du DJ, par les éclairages sophistiqués et par les visuels immersifs du mur DEL. L'énergie est palpable, la foule est en mouvement et l'atmosphère est imprégnée d'une invitante sensualité. Dans les espaces VIP et sur le plancher de danse, la fête bat son plein. Laissez-vous prendre au jeu, ALÉA vous invite à redécouvrir la nuit.

Le ton est positif, dynamique avec un enthousiasme bien dosé dans l'usage des qualificatifs. Nous sommes dans le monde du spectacle et du divertissement. L'approche est résolument promotionnelle, ouverte et sexy, mais on évite de tomber dans la vulgarité associée à des établissements de moindre catégorie. S'il demeure toujours soigné, le langage est simple et direct. Il évite les mots peu courants qui ne sont pas susceptibles d'être compris par la majorité de la population. Il est plus La Presse, que le Devoir ou le Journal de Montréal.

ALÉA peut opter pour un ton neutre ou s'adresser directement au client en lui parlant au vous (jamais au tu). L'emploi d'appel à l'action est possible, bien que ce type d'approche doive être utilisé avec parcimonie.

DJ : personne qui sélectionne et mixe la musique.

Producteur/Producer : dans le monde des DJ, le producteur est l'équivalent du réalisateur et du compositeur. En fait, il compose et réalise la pièce musicale.

Titre/track : désigne la pièce musicale créée par le producteur. À utiliser au lieu de chanson, morceau ou pièce.

Mix : peut désigner la transition entre deux titres effectuée par le DJ, ou encore avoir le sens de « prestation ».
Ex : « DJ Super fera un mix de 90 minutes ».

Live : désigne une prestation où le producteur interprète sa propre musique à l'aide d'un ordinateur et de contrôleurs électroniques.

Tag team ou B2B : prestation où deux DJ se relaient en alternance.

Celebrity DJ : personnalité connue (comédien, sportif, mannequin, etc.) tout d'abord pour une autre raison que ses activités de DJ.

M.C. : maître de cérémonies, présentateur des artistes et animateur de la soirée

COURTES DÉFINITIONS DES STYLES MUSICAUX :

EDM (pour Electronic Dance Music) : la nouvelle appellation de la musique électro-house commerciale. N'a pas bonne presse chez les puristes du genre.

House : initialement dérivée de la musique funk, du disco, cette musique est fondée sur le rythme et s'adresse plus au corps. Elle a été mélangée à la techno, à la trance et à de nombreux autres styles.

Techno : plus proche de la musique électronique classique (ex : Kraftwerk, Tangerine Dream, Jean-Michel Jarre), la techno est plus cérébrale et froide. On y retrouve rarement des paroles.

Trance : Puisant aux mêmes origines que la techno, la trance est davantage axée sur la mélodie. On y retrouve souvent des voix planantes et éthérées, féminines la plupart du temps.

Électro : forme de techno (souvent avec voix) privilégiant les séquences répétitives et des sons plus secs et froids. Inspirée de la décennie 80 au cours de laquelle elle a été créée et en vogue.

Tous ces genres musicaux sont combinés de toutes les façons pour créer d'innombrables sous-genres.
