



CHARTRE VIDÉO





SOMMAIRE

01 LE LOGO

02 COULEURS ET TAILLE

03 LA TYPOGRAPHIE

04 LE TON

05 LES TYPES DE VIDEOS

06 L'HABILLAGE

07 LA DIFFUSION



01 LE LOGO

LOGO VERTICAL ET VARIANTES



ROUTE
BLEUE

LOGO PRINCIPAL



ROUTE
BLEUE

LOGO NOIR



LOGO BLANC

LOGO HORIZONTAL ET VARIANTES



ROUTE
BLEUE

LOGO PRINCIPAL



ROUTE
BLEUE

LOGO NOIR



LOGO BLANC

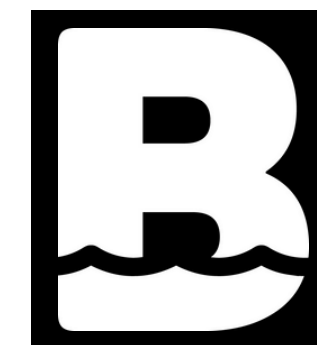
LOGOTYPE ET VARIANTES



LOGO PRINCIPAL

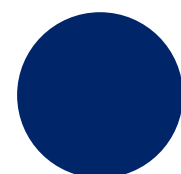


LOGO NOIR



LOGO BLANC

02 COULEUR ET TAILLE



PANTONE 281 C



Voici la palette de couleurs de ROUTE BLEUE.

Le respect de cette palette contribue à l'intégrité de la marque à travers toutes les productions vidéos.

WEB ET APPLICATIONS SUR ÉCRAN :

Les couleurs RGB et HEXadécimal sont destinées à des applications PowerPoint, Word, vidéo, télédiffusion, Web, intranet, extranet.

en application CMYK (process) est :

Cyan (C) : 100 %

Magenta (M) : 65 %

Jaune (Y) : 0 %

Noir (K) : 59 %

en application Web (HEX) est: #002569

en application RGB est:

Rouge (R) : 12 Vert (G) : 32 Bleu (B) : 88

02 COULEUR ET TAILLE



Ne pas modifier les proportions



Ne pas modifier l'orientation



Ne pas modifier la couleur



Ne pas changer les proportions d'un élément du logo



Ne pas mettre d'effet autour du logo



Ne pas utiliser une autre police de caractère

Afin d'assurer un maximum d'impact, de lisibilité et de cohérence dans l'identité visuelle de ROUTE BLEUE, voici quelques exemples qui illustrent les principaux usages à proscrire quant à son utilisation.

Il n'est jamais permis de modifier la disposition officielle ni d'y ajouter des éléments. Les exemples ci-dessous démontrent des façons inacceptables de disposer les éléments graphiques.

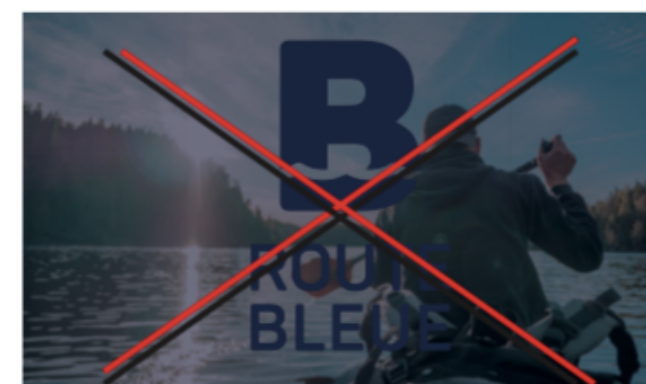
TAILLE MINIMALE

- La taille du logo de ROUTE BLEUE peut varier de façon proportionnelle selon l'espace. Afin que le logo reste visible en tout temps, il est important de respecter les dimensions suivantes.

PROPORTION PAR RAPPORT À L'IMAGE

- Logo seul sur fond blanc : possibilité de réduction entre 40% et 50% de la taille maximale
- Logo apparent durant la vidéo : possibilité de réduction entre 25% et 50%

02 COULEUR ET TAILLE



CONTRASTE SUR VIDÉO

Lorsque le logo est superposé sur une couleur en aplat ou sur une vidéo, il est important de s'assurer d'un contraste minimal pour une lisibilité optimale.

Nous priorisons la version originale du logo sur fonds blanc, mais si l'utilisation du fonds est impossible et que la lisibilité n'est pas optimale, utilisez la version noire ou la version blanche.

03 LA TYPOGRAPHIE

Helvetica - Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Helvetica - Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Helvetica - Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Helvetica - Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Helvetica - Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

La typographie est un élément important dans la diffusion d'une image de marque cohérente et distinctive. Afin d'assurer l'uniformité des différentes productions vidéo par ROUTE BLEUE, la police Helvetica a été choisie comme police typographique officielle.

Il est recommandé d'utiliser cette famille typographique d'accompagnement du logo pour l'ensemble des publications vidéos/photos de l'entreprise. Le corps du texte doit utiliser Helvetica regular, tandis que Helvetica heavy est réservé pour les titres.

Dans le cas où la police Helvetica n'est pas disponible, il est recommandé d'utiliser la police typographique Arial.

04 LE TON

La Route bleue devra s'orienter vers 4 volets bien définis qui correspondront au ton employé dans les vidéos.

- **ACCESIBILITÉ DURABLE** : mettre à niveau les sites de pratique en respectant l'environnement
- **SÉCURITÉ NAUTIQUE** : les parcours seront certifiés selon les normes de Canot Kayak Québec
- **ÉDUCATION** : informations historiques et géologiques des régions et des parcours visités, diffuser les bonnes pratiques de plein air.
- **ÉCOTOURISME** : protéger les milieux fragiles, sensibiliser la population au respect de la biodiversité et des écosystèmes environnants

Lors d'une présentation d'une Route Bleue, les points essentiels seront :

- **L'IMAGINAIRE** : Après avoir éduqué notre cible sur nos 4 volets, il faut également leur donner envie d'aller pagayer. Les vidéos devront faire rêver notre cible afin de leur montrer leur champ des possibles avec La route bleue.
- **LA PASSION** : Lors d'une présentation d'une Route Bleue, nous voulons mettre l'accent sur le plaisir de pagayer. La passion doit être mise de l'avant par des acteurs concrets, comme des pagayeur.se.s ou bien les acteurs locaux engagés dans l'établissement d'un parcours pérennisé. Les 4 axes restent présents, mais sous la surface.
- **PÉDAGOGIE** : Même si nos 4 axes restent à la surface lors d'une présentation d'une Route Bleue, ils doivent quand même rester présents. Il est donc important d'informer notre cible à travers nos quatre volets de communication en ayant une attitude pédagogique. Cela permet de mieux sensibiliser nos causes tout en étant prévenant.

05 LES TYPES DE VIDEOS



FORMATS VIDEOS	DIMENSIONS	RATIO	DURÉE MAX
Feed (Ads + Organique)	2052 x 1080 px (paysage) 1080 x 1080 px (carrée) 864 x 1080 px (verticale)	1.9:1 (paysage) 1:1 (carrée) 4:5 (verticale)	2 min
Carrousel (Ads)	1080 x 1080 px (carrée)	1:1 (carrée)	60 sec
Story (Ads + Organique)	1080 x 1920 px (verticale)	9:16 (verticale)	15 sec (organique) 2 min (ads)
IGTV	1080 x 1920 px (verticale)	9:16 (verticale)	1h (upload sur PC) 15 min (upload sur mobile)
Reels	1080 x 1920 px (verticale)	9:16 (verticale)	30 sec

- Uploader des vidéos avec une résolution la plus grande possible, c'est important pour l'expérience de lecture de votre audience (minimum 1080px).
- Pour les Stories, téléchargez des vidéos avec la plus grande résolution possible en ne mettant aucune information importante sur les 250px en haut et en bas de votre vidéo pour coller avec tous les formats de smartphone.

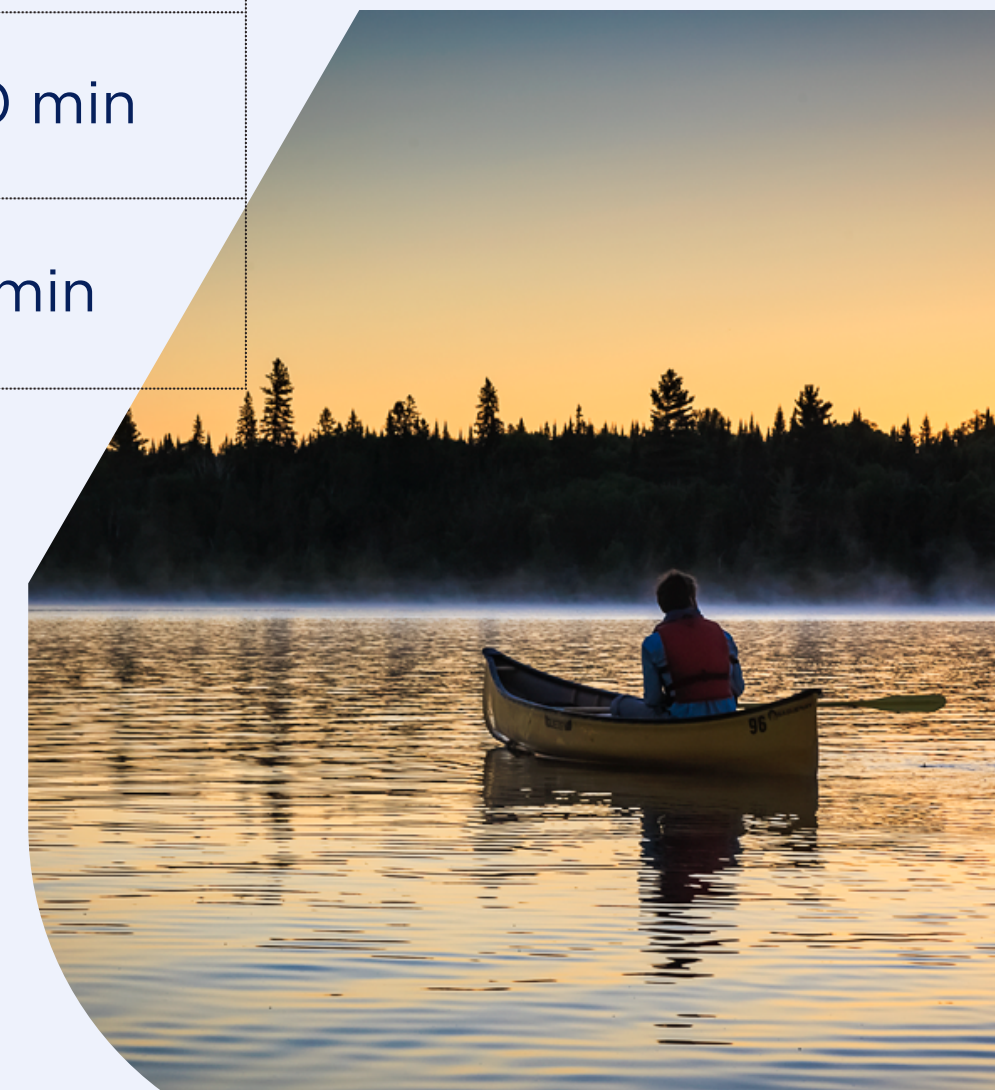


05 LES TYPES DE VIDEOS



FORMATS VIDEOS	DIMENSIONS	RATIO	DURÉE MAX
Fil Facebook	1280 x 720 px (paysage) 1024 x 1280 px (verticale)	16:9 (paysage) 4:5 (verticale)	240 min
Fil Facebook (Ads)	1080 x 1080 px (carrée) 864 x 1080 px (verticale uniquement mobile)	1:1 (carrée) 4:5 (verticale uniquement mobile)	240 min
Carrousel (Ads)	1080 x 1080 px (carrée)	1:1 (carrée)	240 min
Stories (Ads & Organique)	608 x 1080 px (verticale)	9:16 (verticale)	2 min

- Proposez toujours la meilleure résolution possible, quel que soit le format.
- Privilégiez les formats carrés ou verticaux pour une meilleure expérience de lecture sur mobile.
- Pensez à ajouter des sous-titres : 85% des vidéos sont visionnées sans le son sur Facebook.
- Pour les Stories, n'insérez pas de texte ni de logo en haut et en bas de la vidéo (laissez environ 14 % d'espace, soit 250 pixels) pour éviter que le CTA ne masque les éléments essentiels.



05 LES TYPES DE VIDEOS



FORMATS VIDEOS	DIMENSIONS	RATIO	DURÉE MAX
Post organique	1920 x 1080 px (1080p) 2560 x 1440 px (1440p) 3840 x 2160 px (2160p)	16:9	12h maximum
Shorts	1080 x 1920 px (1080p) 1440 x 2560 px (1440p) 2160 x 3840 px (2160p)	9:16	60 secondes

- *Téléchargez des vidéos avec la plus haute résolution possible.*
- *La durée optimale des publicités vidéo sur YouTube est de 43 secondes.*



06 L'HABILLAGE

- **TYPE DE MUSIQUE** : Utiliser une musique de générique pour chaque début de vidéo. Privilégier des musiques en rapport avec les sentiments recherchés pour la vidéo. Cibler des sentiments recherchés par activité/milieu.

Ex : musique entraînante et excitante pour un parcours en eau vive.

Musique plus calme pour un parcours en eau calme.

- **TYPE DE TRANSITION** : Privilégier des transitions simples et épurées, qui permettront d'accompagner la lecture de la vidéo de façon fluide.
- **TYPE D'IMAGE** : Les images à utiliser seront en priorité des images en interne, créer par La route bleue et/ou ses prestataires.
- **SOUS-TITRE** : L'utilisation de sous-titre lors de la prise de parole est recommandée. Cela permet que le message passe même en lecture automatique (auto-play) et facilite la compréhension lorsque la personne consulte la vidéo sans le son ou en mobilité.



NOS PARTENAIRES

- L'équipement de sécurité, les techniques et pratiques présentées dans les vidéos doivent répondre aux normes des partenaires.
- Tous les logos de nos partenaires devront figurer en fin de vidéo afin de laisser place au logo de La route bleue en début de vidéo, de manière à ne pas alourdir la charge visuelle du spectateur.

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Les différents formats désirés pour les vidéos seront indiqués avant la production avec la personne responsable des communications Route Bleue et le prestataire concerné.

07 LA DIFFUSION

La diffusion des vidéos créées par un prestataire externe se fera par la personne responsable des communications pour La route bleue.

Il est suggéré de créer un Drive afin de transmettre la création des vidéos entre le prestataire et La route bleue.

Toute création de contenu faite par une personne tierce, telle qu'un partenaire de La route bleue, se verra nous donner les droits d'utilisation pour notre site internet et nos réseaux sociaux Canot Kayak Québec et La route bleue.

Nos vidéos pourront être publiées sur :

- Le site internet La route bleue

Nos réseaux sociaux :

- Instagram
- Facebook
- YouTube
- LinkedIn

POUR TOUTES AUTRES INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES :

contact@laroutebleue.ca

ou

elodie.araes@canot-kayak.qc.ca