

GUIDE DE NORMES GRAPHIQUES



2023

TABLE DES MATIÈRES

- LE LOGO NAPA, SYMBOLE DE L'ENTREPRISE 4
 - SIÈGE SOCIAL 4
 - SERVICE DU MARKETING 4
 - PROCESSUS D'APPROBATION 4
- 1. L'IDENTITÉ PHARE 5
 - 1.1 L'ÉCROU – L'ÉCROU REDESSINÉ 6
 - 1.2 LE LOGO PRIMAIRE – VERSION À PRIVILÉGIER – FOND FONCÉ..... 7
 - 1.2 LE LOGO PRIMAIRE – TAILLE MINIMALE 7
 - 1.3 LE LOGO PRIMAIRE – VERSION – FOND CLAIR..... 8
 - 1.3 LE LOGO PRIMAIRE – TAILLE MINIMALE 8
 - 1.4 LE LOGO PRIMAIRE – VERSIONS ALTERNATIVES 9
 - 1.4 LE LOGO PRIMAIRE – MARQUE DE COMMERCE 9
 - 1.5 LE LOGO PRIMAIRE – ZONE DE PROTECTION 10
 - 1.5 LE LOGO PRIMAIRE – MÉDIAS SOCIAUX 10
 - 1.6 LE LOGO PRIMAIRE – USAGES IMPROPRES 11
 - 1.6 LE LOGO PRIMAIRE – NOTE 11
- 2. LE GROUPE NAPA 12
 - 2.1 LES BANNIÈRES 13
- 3. NAPA Auto Care..... 14
 - 3.1 LE LOGO – VERSION À PRIVILÉGIER – FOND FONCÉ..... 15
 - 3.1 LE LOGO – TAILLE MINIMALE 15
 - 3.2 LE LOGO – VERSION – FOND CLAIR 16
 - 3.2 LE LOGO – TAILLE MINIMALE 16
 - 3.3 LE LOGO – VERSIONS ALTERNATIVES 17
 - 3.3 LE LOGO – MARQUE DE COMMERCE 17
 - 3.4 LE LOGO – ZONE DE PROTECTION 18
 - 3.4 LE LOGO – AVATAR 18
 - 3.5 LE LOGO – USAGES IMPROPRES 19
 - 3.5 LE LOGO – NOTE 19
 - 3.6 À L'ÉCRIT – NAPA Auto Care 20

TABLE DES MATIÈRES

- 4. UNE MARQUE HAUTE EN COULEUR 21
 - 4.1 LES COULEURS DE LA MARQUE – À PLAT 22
 - 4.1 LES COULEURS DE LA MARQUE – LA COULEUR TERTIAIRE 22
 - 4.2 LES COULEURS DE LA MARQUE – LES DÉGRADÉS LINÉAIRES 23
- 5. LA TYPOGRAPHIE 24
 - 5.1 LA NAPA SANS – LA POLICE DE CARACTÈRES. 25
 - 5.2 LA FRANKLIN GOTHIC – POLICE SYSTÈME 26
- 6. LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES 27
 - 6.1 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES – L’APEX ET LE VERTEX 28
 - 6.2 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES – L’APEX 29
 - 6.2 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES – USAGE AVEC PHOTO 29
 - 6.3 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES – LE VERTEX 30
 - 6.3 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES – USAGE AVEC PHOTO 30
 - 6.4 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES – LE MINIMALISTE 31
 - 6.4 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES – USAGE AVEC PHOTO 31
- 7. PHOTOGRAPHIE 32
 - 7.1 LA TONALITÉ – SUR LA ROUTE 33
 - 7.2 LA TONALITÉ – SUR LA VOITURE 34
 - 7.3 LA TONALITÉ – DANS LE QUOTIDIEN 35
- 8. FAIRE VIVRE LA MARQUE 36
 - 8.1 LES OBJETS PROMOTIONNELS – CONSIGNES À RESPECTER 37
- TÉLÉCHARGER LA TROUSSE MÉDIA 38

LE LOGO NAPA, SYMBOLE DE L'ENTREPRISE

Le logo NAPA est la représentation graphique de l'entreprise NAPA. Chaque fois que le nom NAPA est utilisé, il est essentiel de reproduire correctement le logo pour assurer la cohérence et le rayonnement de l'image de marque dans l'espace commercial et social.

En tant qu'éléments d'identification indispensables à toutes les sphères d'activités de NAPA, le logo NAPA et les logos de la famille NAPA doivent obligatoirement être reproduits conformément aux normes graphiques officielles.

Le logo NAPA est une marque de commerce enregistrée du siège social de National Automotive Parts Association. Son utilisation sans autorisation est illégale.

SIÈGE SOCIAL

7025, rue Ontario Est
Montréal (Québec)
H1N 2B3

SERVICE DU MARKETING

Alexandre Dionne
Spécialiste - Conception graphique
et documents marketing
adionne@uapinc.com
514.256.5031 | poste 7804

PROCESSUS D'APPROBATION

Les pièces de communication destinées à une utilisation commerciale doivent être soumises au Service du marketing de NAPA pour approbation. Veuillez prévoir un délai de traitement de 48 heures.

1.0

L'IDENTITÉ PHARE



1.1 L'ÉCROU



L'ÉCROU REDESSINÉ

Le logo NAPA a été simplifié et actualisé.

L'Écrou tire son nom non seulement de sa forme hexagonale, mais aussi de son rôle d'assemblage. Il unifie la marque NAPA. L'Écrou est soigneusement construit pour être parfaitement lisible à n'importe quelle taille.

L'utilisation conforme de l'Écrou, dans chacune des communications, contribue à consolider la marque NAPA.

1.2 LE LOGO PRIMAIRE



VERSION À PRIVILÉGIER – FOND FONCÉ

Dans les pièces de communication marketing (imprimées et numériques), le fond foncé est à privilégier. Cette version du logo NAPA est donc la référence. L'utiliser le plus souvent possible.

TAILLE MINIMALE

La taille minimale autorisée dans les applications numériques est de 34 pixels de hauteur.

La taille minimale autorisée dans les applications imprimées est de 0,25 pouce de hauteur.

1.3 LE LOGO PRIMAIRE



VERSION – FOND CLAIR

Dans les pièces de communication marketing (imprimées et numériques), où le fond est clair, l'utilisation de cette version du logo NAPA est permise.

TAILLE MINIMALE

La taille minimale autorisée dans les applications numériques est de 34 pixels de hauteur.

La taille minimale autorisée dans les applications imprimées est de 0,25 pouce de hauteur.

1.4 LE LOGO PRIMAIRE



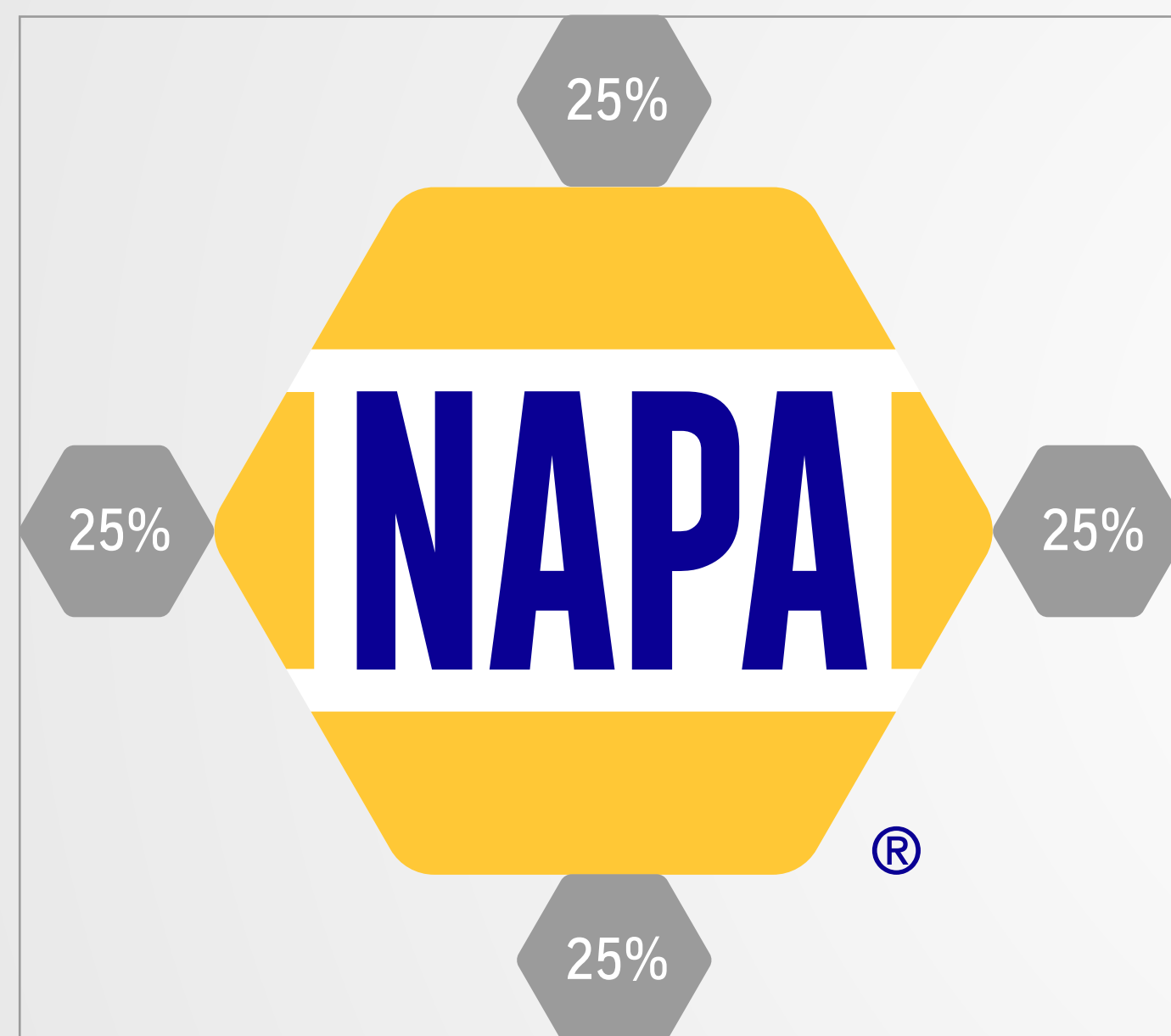
VERSIONS ALTERNATIVES

Si l'espace ou les couleurs d'encre sont limités, des versions alternatives du logo sont disponibles. Les options 01 et 02 doivent être utilisées lorsque seule l'impression en deux couleurs est possible. Les options 03 et 04 doivent être utilisées lorsque seule l'impression en une couleur est disponible. Les options 05 et 06 doivent être utilisées lorsque seule l'impression en noir et blanc est disponible.

MARQUE DE COMMERCE

Le logo NAPA est une marque de commerce enregistrée. Le symbole de marque enregistrée (®) fait obligatoirement partie de notre logo. Il ne peut être supprimé, déplacé ou modifié de quelque manière qui soit.

1.5 LE LOGO PRIMAIRE



ZONE DE PROTECTION

L'espace libre entourant le logo NAPA ne peut être inférieur à l'espace équivalent de 25 % du logo. Il est important de maintenir la zone de protection autour de l'Écrou afin de s'assurer que le logo soit facilement identifiable.



MÉDIAS SOCIAUX

Dans ce cas spécifique, un espace libre doit être maintenu à une échelle de 25 % en haut et en bas du logo NAPA.

1.6 LE LOGO PRIMAIRE



USAGES IMPROPRES

N'utilisez le logo NAPA que conformément aux instructions fournies dans ce guide et évitez les erreurs courantes. Il est important de maintenir une représentation claire et cohérente du logo NAPA afin de préserver l'équité, la cohérence et la lisibilité de la marque.

NOTE

Il n'est plus permis d'utiliser le logo NAPA sur un carré bleu.

2.0

LE GROUPE NAPA

2.1 LES BANNIÈRES



Il est essentiel pour le succès de l'entreprise d'avoir une identité de marque unifiée et une voix cohérente - des pièces à l'entretien, d'un océan à l'autre, nous sommes une seule équipe NAPA.

Dans cet esprit, les logos NAPA Pièces d'auto, NAPA/CMAX, NAPA AUTOPRO et NAPA Auto Care ont été revus pour appartenir graphiquement à une même famille. L'emplacement du logo primaire, les couleurs et le traitement de la typographie ont été harmonisés.

En utilisant ces logos comme indiqué dans les pages suivantes, vous jouez un rôle essentiel dans le renforcement de l'équité de la marque NAPA et de la confiance qu'elle inspire à travers tout son réseau.

3.0

NAPA Auto Care



3.1 LE LOGO



VERSION À PRIVILÉGIER – FOND FONCÉ

Dans les pièces de communication marketing (imprimées et numériques), le fond foncé est à privilégier. Cette version du logo NAPA Auto Care est donc la référence. L'utiliser le plus souvent possible.

TAILLE MINIMALE



La taille minimale autorisée dans les applications numériques est de 34 pixels de hauteur pour le logo horizontal et de 50 pixels pour le logo vertical. La taille minimale autorisée dans les applications imprimées est de 0,25 pouce de hauteur.

3.2 LE LOGO



VERSION – FOND CLAIR

Dans les pièces de communication marketing (imprimées et numériques), où le fond est clair, l'utilisation de cette version du logo NAPA Auto Care est permise.

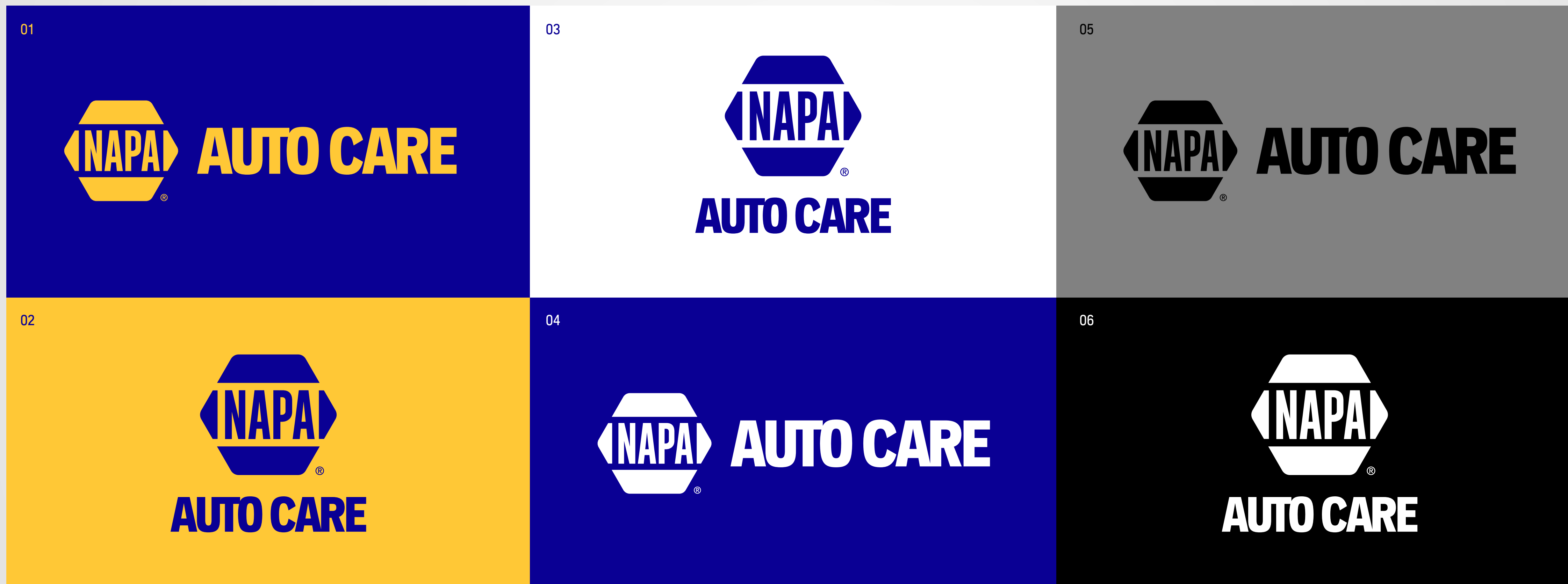


TAILLE MINIMALE



La taille minimale autorisée dans les applications numériques est de 34 pixels de hauteur pour le logo horizontal et de 50 pixels pour le logo vertical. La taille minimale autorisée dans les applications imprimées est de 0,25 pouce de hauteur.

3.3 LE LOGO



VERSIONS ALTERNATIVES

CECI S'APPLIQUE TANT AUX LOGOS
HORIZONTAUX QUE VERTICAUX.

Si l'espace ou les couleurs d'encre sont limités, des versions alternatives du logo sont disponibles. Les options 01 et 02 doivent être utilisées lorsque seule l'impression en deux couleurs est possible. Les options 03 et 04 doivent être utilisées lorsque seule l'impression en une couleur est disponible. Les options 05 et 06 doivent être utilisées lorsque seule l'impression en noir et blanc est disponible.

MARQUE DE COMMERCE

Le logo NAPA Auto Care est une marque de commerce enregistrée. Le symbole de marque enregistrée (®) fait obligatoirement partie de notre logo. Il ne peut être supprimé, déplacé ou modifié de quelque manière qui soit.

3.4 LE LOGO



ZONE DE PROTECTION

L'espace libre entourant le logo NAPA Auto Care ne peut être inférieur à l'espace équivalent de 25 % du logo. Il est important de maintenir la zone de protection autour du logo afin de s'assurer qu'il soit facilement identifiable.

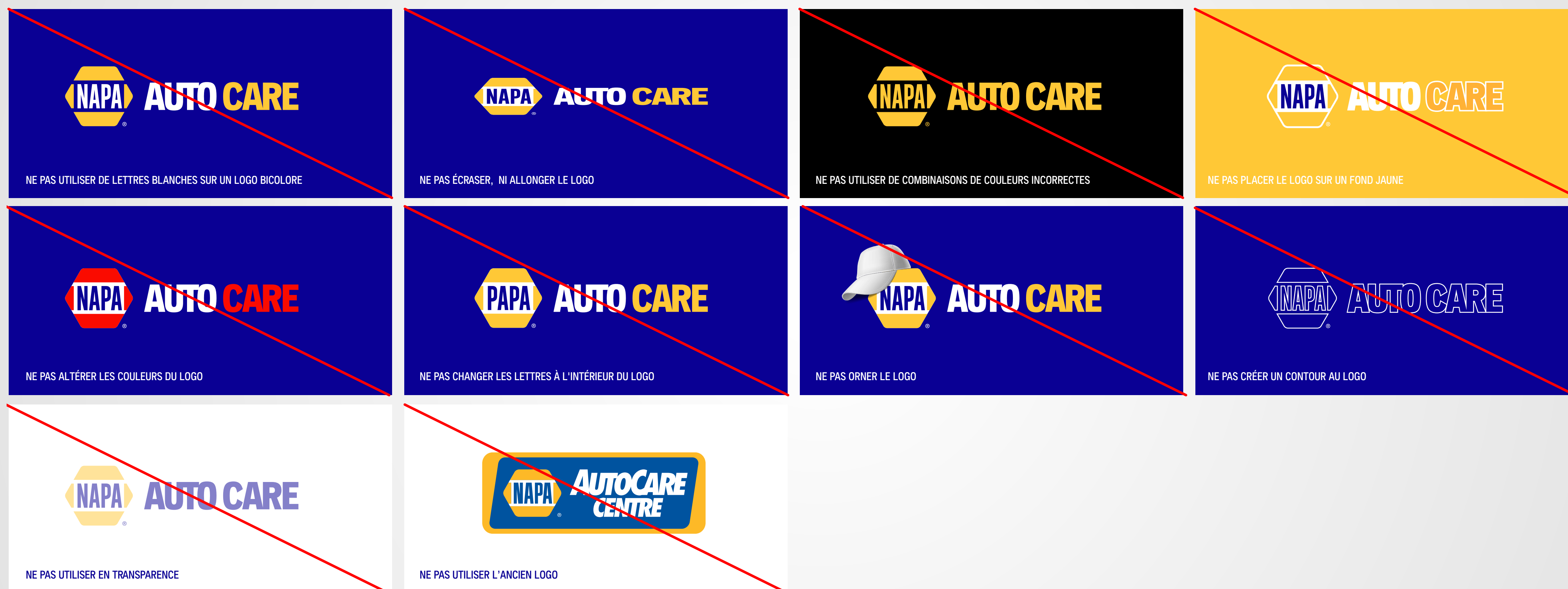


AVATAR

Dans les médias sociaux, n'utilisez que l'Écrou. Un espace libre doit être maintenu à une échelle de 25 % en haut et en bas du logo NAPA.



3.5 LE LOGO



USAGES IMPROPRES

N'utilisez le logo NAPA Auto Care que conformément aux instructions fournies dans ce guide et évitez les erreurs courantes. Il est important de maintenir une représentation claire et cohérente du logo afin de préserver l'équité, la cohérence et la lisibilité de la marque.

NOTE

Il n'est plus permis d'utiliser le logo NAPA Auto Care avec un carré bleu sous l'Écrou.

3.6 À L'ÉCRIT

NAPA Auto Care

Lorsque vous faites référence à cette bannière NAPA, le «A» de Auto et le «C» de Care doivent toujours être en majuscules. Les autres lettres doivent être en minuscules et les trois mots doivent être sur la même ligne.

Ex : Trouvez le centre NAPA Auto Care le plus près de chez vous.

4.0

**UNE MARQUE
HAUTE
EN COULEUR**

4.1 LES COULEURS DE LA MARQUE

Bleu NAPA PANTONE 2738 C		Jaune NAPA PANTONE 123 C		Stainless Gray PANTONE LIGHT GRAY	
NUMÉRIQUE HEX #0A0094 RGB 10 0 148		NUMÉRIQUE HEX #FFC836 RGB 255 200 54		NUMÉRIQUE HEX #DADAD9 RGB 218 218 217	
PAPIER COUCHÉ CMYK 100 96 11 11	PAPIER NON COUCHÉ CMYK 81 67 0 0	PAPIER COUCHÉ CMYK 0 23 91 0	PAPIER NON COUCHÉ CMYK 0 28 98 0	PAPIER COUCHÉ CMYK 0 0 0 20	PAPIER NON COUCHÉ CMYK 0 0 0 20

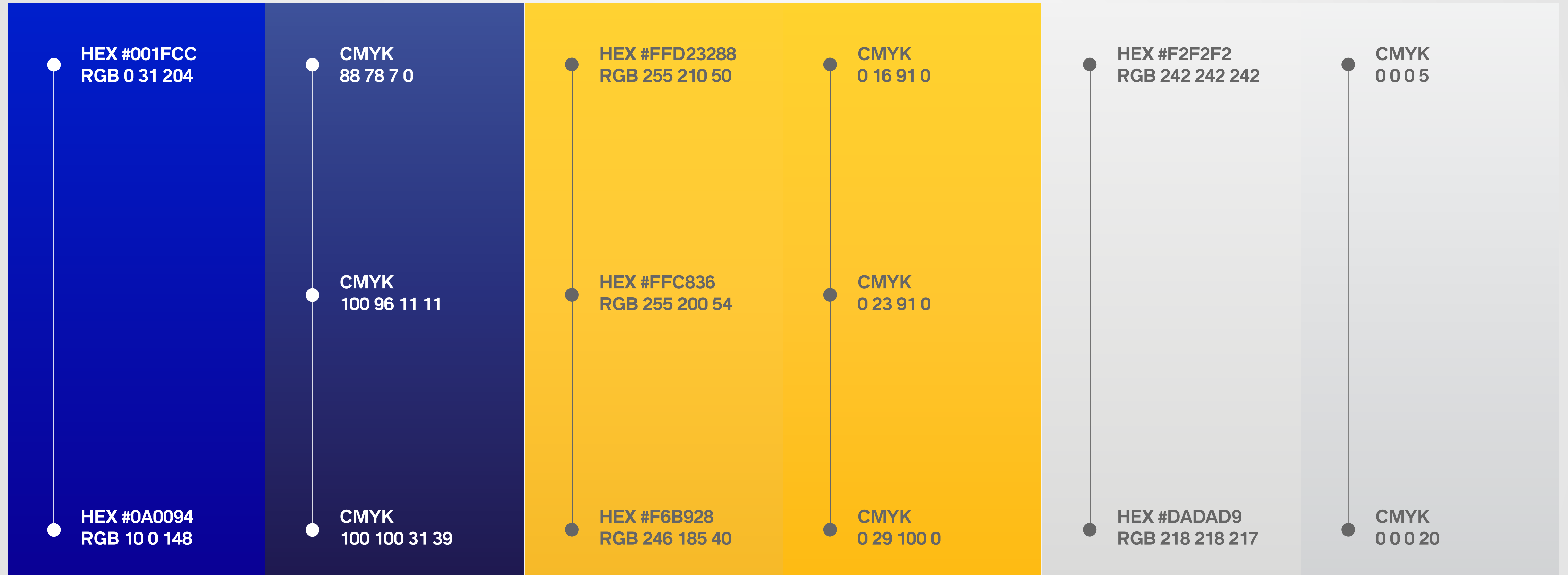
À PLAT

La palette de couleurs est inspirée de la riche histoire de la marque NAPA. Elle a été mise à jour avec un ensemble de teintes modernes et vibrantes. Les couleurs sont similaires pour chacune des bannières du groupe.

LA COULEUR TERTIAIRE

Pour compléter la palette de couleurs NAPA, l'utilisation du gris est recommandée. Aucune autre couleur n'est autorisée.

4.2 LES COULEURS DE LA MARQUE



LES DÉGRADÉS LINÉAIRES

Pour mettre en lumière un produit, un prix ou un titre, il est permis d'utiliser les couleurs de la marque sous forme de dégradé. Voici les compositions RGB ou CMYK à utiliser pour maintenir une cohérence entre les diverses déclinaisons.

5.0

LA TYPOGRAPHIE

5.1 LA NAPA SANS

- TITRE -----
- NAPA SANS BOLD CONDENSED
 - MAJUSCULE

NAPA SANS
BOLD CONDENSED

- SOUS-TITRE -----
- NAPA SANS BOLD CONDENSED
 - Minuscule

NAPA Sans Bold Condensed

- TEXTE -----
- NAPA SANS LIGHT
 - Minuscule

NAPA Sans Light consectetur adipiscing elit. Curabitur ultrices purus idalos
id nisl interdum, sit amet interdum magna luctus. Proin efficitur egestas convallis.
Pellentesque ut metus lacinia, imperdiet eros in, commodo arcu, tiburum ut urna a
magna tu mi dignissim accumsan. Duis lacus nisi mattis elet sansa contribum.

- LÉGAL -----
- NAPA SANS CONDENSED
 - Minuscule

© 2022 National Automotive Parts Association LLC.

LA POLICE DE CARACTÈRES

NAPA Sans est la police de caractères. Elle est simple, intemporelle et d’une grande lisibilité.
Son utilisation permet à NAPA de construire un langage typographique cohésif et cohérent.

5.2 LA FRANKLIN GOTHIC

TITRE -----
• FRANKLIN GOTHIC CONDESED DEMI
• MAJUSCULE

FRANKLIN GOTHIC
CONDENSED DEMI

SOUS-TITRE -----
• FRANKLIN GOTHIC CONDENSED MEDIUM
• Minuscule

Franklin Gothic Condensed Demi

TEXTE -----
• FRANKLIN GOTHIC BOOK REGULAR
• Minuscule

Franklin gothic book regular consectetur adipiscing elit. Curabitur ultrices purus idalos
id nisl interdum, sit amet interdum magna luctus. Proin efficitur egestas convallis.
Pellentesque ut metus lacinia, imperdiet eros in, commodo arcu, tiburum ut urna a
magna tu mi dignissim accumsan. Duis lacus nisi mattis elet sansa contribum.

LÉGAL -----
• FRANKLIN GOTHIC CONDENSED REGULAR
• Minuscule

© 2022 National Automotive Parts Association LLC.

POLICE SYSTÈME

Lorsque NAPA Sans n'est pas une option (présentations Microsoft PowerPoint, signatures courriels Microsoft Outlook, plateformes de gestion des actifs, etc.), la police système alternative est Franklin Gothic. Franklin Gothic ne doit jamais être utilisée dans des communications ou des publicités de marque destinées aux consommateurs. Dans les cas où ni NAPA SANS, ni Franklin Gothic ne sont une option, la police Arial peut être utilisée en dernier recours.

6.0

LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

6.1 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES



L'APEX ET LE VERTEX

NAPA déploie deux éléments graphiques. L'APEX et LE VERTEX. Ces éléments sont soigneusement construits à partir des propriétés de l'Écrou et contribueront à augmenter la reconnaissance spontanée de la marque au fil du temps.

Suivez les règles de créations et d'applications de ces éléments tel qu'indiqué dans les pages suivantes.

6.2 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES



L'APEX

L'APEX peut être utilisé dans un certain nombre de configurations différentes en fonction de l'objectif. Celui-ci peut être jaune, bleu ou gris. Avec ou sans dégradé.

USAGE AVEC PHOTO

L'APEX peut héberger une photo. Voir la référence (01).
L'APEX peut accompagner une photo. Voir la référence (02).
Dans une publication de détail, un produit peut le chevaucher (03).

6.3 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES



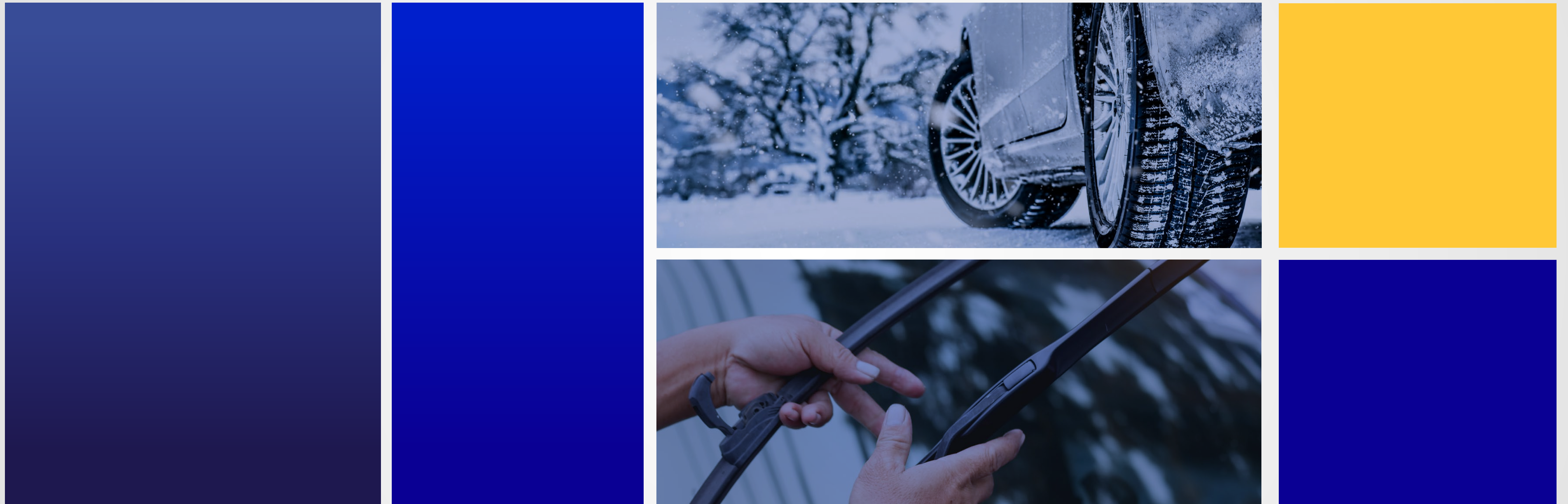
LE VERTEX

LE VERTEX est un élément graphique diagonal dynamique basé sur les côtés angulaires de l'Écrou. Il est majoritairement positionné dans le coin inférieur droit. Sa grosseur varie en fonction des besoins.

USAGE AVEC PHOTO

LE VERTEX peut accompagner une photo (01). Dans une publication de détail, un produit peut le chevaucher (02).

6.4 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES



LE MINIMALISTE

Lorsque la communication est déjà chargée graphiquement, il est possible de laisser tomber LE VERTEX et L'APEX.

Exemples : les infolettres, la circulaire, les déclinaisons mobiles...

USAGE AVEC PHOTO

Avec ou sans photo. À plat ou dégradé.

7.0

PHOTOGRAPHIE



7.1 LA TONALITÉ



SUR LA ROUTE

Bien que la tonalité dominante des images soit froide, les photographies qui servent la marque NAPA sont lumineuses et respirent le grand air. Elles dégagent une sensation de liberté.

7.2 LA TONALITÉ



SUR LA VOITURE

La tonalité froide demeure lorsque nous nous rapprochons de l'aspect mécanique. La dominance de bleu est toujours présente. Une touche de jaune est bienvenue lorsque c'est possible. Le focus est sur la pièce mécanique. La lumière adoucit l'ambiance. La présence d'une main au travail humanise l'image, mais n'est pas requise à tout prix.

7.3 LA TONALITÉ



DANS LE QUOTIDIEN

Que ce soit pour mettre en valeur les mécaniciens et les mécaniciennes du dimanche, les professionnel.le.s certifié.e.s de NAPA AUTOPRO et NAPA Auto Care ou les consommateurs, les images sont minutieusement sélectionnées. La tonalité froide demeure. La lumière occupe une place importante.

8.0

FAIRE VIVRE
LA MARQUE



8.1 LES OBJETS PROMOTIONNELS



LORS DE LA PRODUCTION DE VÊTEMENTS ET DE MARCHANDISES POUR LA MARQUE NAPA, RESPECTEZ LES CONSIGNES SUIVANTES :

- Utilisez uniquement la palette de couleurs de la marque NAPA, incluant le blanc.
- Procurez-vous des tissus de base aussi proches que possible de la palette de couleurs de la marque NAPA.
- Il est acceptable d'utiliser le logo NAPA, ainsi que tous les logos des bannières sur les vêtements. Pour ce faire, respectez les normes énoncées dans ce guide (par exemple, les exigences de couleur, de taille et de ratio et la typographie).
- Pour les applications brodées, appliquez les mêmes règles, y compris le symbole ® inclut et reproduit à une taille lisible et dans des couleurs approuvées. En raison des grandes variations dans la qualité des broderies, TOUTES les applications brodées doivent être approuvées par l'équipe de la marque.

**TÉLÉCHARGER
LA TROUSSE MÉDIA**

uapinc.com/trousses-medias