



Guide de la marque

19/09/2024 - napanexdrive.ca

Livre de marque

Merci de prendre connaissance de ce document.

Les directives contenues dans ce document visent à garantir la cohérence graphique et de communication, à protéger notre identité visuelle et à nous aider à construire des messages puissants et pertinents.



Pourquoi est-ce important?

Qu'il s'agisse d'un logo, d'une police de caractères, d'une image ou d'un mot, chaque élément graphique que nous choisissons de mettre en valeur est une partie essentielle de notre identité de marque. C'est pourquoi il faut utiliser chacun d'entre eux avec précaution. En suivant les directives de ce document, nos communications auront de l'influence et pourront générer des messages qui résonnent, tisser des liens solides avec notre public cible et protéger notre marque.

Besoin de polices de caractères, de logos, d'éléments graphiques ou d'informations supplémentaires ?

⬇ Téléchargez la trousse pour les médias

Personne-ressource

Alexandre Dionne
Spécialiste – Conception graphique et matériel promotionnel

Téléphone

514 256-5031 | poste 7804

Courriel

adionne@uapinc.com

napanexdrive.ca



Table des matières

Définir la marque

Introduction	1
Histoire de NexDrive	2
Profil de la marque	3
Public cible	4
Ton de la voix	5
Visuels de type modes de vie	6
Visuels de type technique	7
Orthographe et slogan	8

Table des matières

Éléments graphiques

Logos 9

Principal.....10

Secondaire.....11

Espace libre – Zone de protection12

Tailles minimales13

Utilisations interdites.....14

Typographie..... 15

Principales polices de caractères.....16

Polices de caractères pour Internet.....17

Autre police approuvée.....18

Couleurs..... 19

Définition20

Dégradés21

Éléments de design 22

Symbole de puissance23

Blocs.....24

Forme en X.....25

Cercles.....26

Icônes.....27

Table des matières

Matériel promotionnel

Médias traditionnels 28

Publicité 29

Produits promotionnels 30

Vêtements 31

Médias numériques 32

Site Web 33

Communication 34

Modèle de communication 35

Signalisation 36

Enseignes extérieures 37

Enseignes extérieures 38

Enseignes extérieures 39

Enseignes extérieures 40

Enseignes extérieures 41

Porte de garage 42

Autocollant pour fenêtre 43

Kiosque d'exposition 44

Véhicules de courtoisie (électriques) 45

Tente 46

Espace de stationnement et de recharge 47



Définir la marque

Introduction

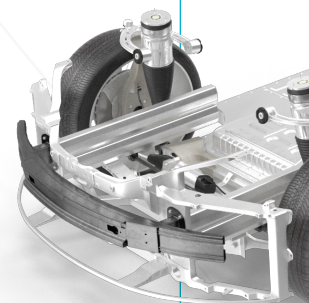
Histoire de NexDrive

Depuis ses débuts en 1926, United Auto Parts Limited (UAP) est un chef de file du marché des pièces de rechange automobiles et s'applique à garder les Canadiens en mouvement jour après jour. Être un chef de file signifie rester à l'avant-garde de son secteur en ce qui concerne les changements sociaux, environnementaux et technologiques. La façon dont les Canadiens se déplacent change et continuera d'évoluer. Ce mouvement annonce de nouvelles opportunités pour UAP qui, par l'intermédiaire de sa division NAPA Canada, **réinvente l'industrie canadienne des services d'entretien et de réparation automobiles.**

L'histoire de NexDrive débute avec cette période de changement et de nombreuses opportunités. Au-delà de la marque NexDrive, nous valorisons la création d'un nouvel écosystème de marché pour l'entretien et la réparation des **véhicules de nouvelle génération.** NexDrive est la solution de confiance qui permettra aux prestataires de services automobiles à travers le Canada de tirer parti du changement et de profiter de nouvelles méthodes de travail basées sur les connaissances. De plus, le service clientèle de NexDrive est conçu pour répondre aux attentes et aux besoins croissants de ses clients de plus en plus sophistiqués.



NexDrive offre aux prestataires de services automobiles les données, outils et connaissances nécessaires pour entretenir et réparer les véhicules électriques et hybrides de leurs clients. Avec l'arrivée de nouvelles technologies comme les motorisations à l'hydrogène et autre, **NexDrive sera là pour répondre à la demande** en services techniques spécialisés. NexDrive propose aux automobilistes canadiens une expérience exceptionnelle et une option de rechange certifiée aux constructeurs automobiles.



En tant qu'acteur majeur de l'industrie des pièces de rechange, NexDrive recrutera et formera la prochaine génération de techniciens et de spécialistes de l'automobile. Les personnes **passionnées** des technologies et dévouées à leur métier joueront un rôle clé dans notre réseau.

L'histoire de NexDrive peut se résumer par l'affirmation suivante :

NexDrive est un réseau d'ateliers pour une nouvelle génération de véhicules.

Profil de la marque



Les raisons de croire en NexDrive

Nos ateliers mécaniques certifiés sont équipés des dernières technologies.

Nos conseillers techniques et nos techniciens sont hautement qualifiés et certifiés pour entretenir et réparer tous les types de véhicules électriques, hybrides et de nouvelle génération.

Nous nous engageons à rester à l'avant-garde de notre secteur dans toutes ses évolutions.

Partout au Canada, nos ateliers sont associés au principal distributeur de pièces automobiles du pays, NAPA Pièces d'auto

La vision NexDrive

Reconnu en tant que chef de file d'expérience, membre du plus grand réseau au pays, NexDrive est la marque de confiance pour l'entretien et la réparation des véhicules de nouvelle génération, peu importe la marque ou le modèle.

Les valeurs NexDrive

Qualité
Expertise
Innovation
Avant-gardisme
Accessibilité

La distinction NexDrive

La différence NexDrive se manifeste par l'expertise de nos professionnels hautement qualifiés et certifiés, une offre de service de proximité et une attention personnalisée à chaque étape de l'expérience du client. Propulsés par NAPA, les centres de service NexDrive ont accès à la plus grande sélection de pièces de rechange électriques de qualité au pays.

Les avantages NexDrive

Universalité : Nous entretenons et réparons toutes les marques de véhicules.

Proximité : Nous sommes un réseau national.

Écosensibilité : Nous prenons soin de notre planète.

Avant-gardistes : Nous adoptons les nouvelles technologies.

Plus-value : Nous offrons les meilleurs services à des prix concurrentiels.

Public cible

Notre public cible est composé de propriétaires de véhicules électriques de partout au Canada. Ils sont conscients de l'impact positif de ces véhicules sur l'environnement et veulent faire partie de ce grand mouvement de transition vers des solutions de transport à zéro émission. Les utilisateurs de véhicules électriques sont en quête de nouvelles technologies et d'innovations qui améliorent leur mode de vie. Afin de maximiser la durée de vie de leurs véhicules, ils sont prêts à investir dans leurs entretiens et leurs réparations. Certains sont soucieux de faire des économies à long terme sur la base du faible coût d'utilisation par kilomètre parcouru. Généralement, ce sont des professionnels actifs, des familles et des jeunes urbains.

Ils recherchent :

- Un service personnalisé et de qualité;
- De l'expertise technique;
- Des solutions rapides et fiables.

Notre public cible valorise la transparence, la communication honnête et une approche orientée client.



Les profils d'électromobilistes :

L'électromobiliste soucieux de l'environnement

« Je me préoccupe de notre planète et c'est une façon pour moi d'en prendre soin. »

L'électromobiliste prêt à faire partie du mouvement

« Je veux faire partie de la solution et contribuer à la transition vers les véhicules électriques. »

L'électromobiliste économiquement motivé

« J'apprécie les économies à long terme basées sur le faible coût de possession par kilomètre parcouru. »

L'électromobiliste prêt à essayer une expérience d'entretien et de réparation différente

« Je perçois que les centres de service NexDrive sont compétents, crédibles, et à proximité. Il s'agit pour moi d'une solution pertinente et alternative à mon concessionnaire. »

L'électromobiliste qui souhaite une voiture branchée

« J'aime le fait que mon véhicule électrique m'offre une conduite silencieuse et raffinée. »

Ton de la voix

En général, les utilisateurs de véhicules de nouvelle génération sont branchés sur le monde des nouvelles technologies. Ils sont bien informés et s'attendent à des arguments de vente bien structurés. Le ton de nos communications doit donc être clair et informatif.

L'objectif de nos communications est d'inciter notre public cible à agir. Il doit non seulement croire en notre leadership et en notre expertise, mais aussi faire pleinement confiance à nos ateliers certifiés NexDrive. Le ton doit donc être ouvert, personnel et authentique.

Toutes nos communications doivent posséder les qualités suivantes :

- Brèves, concises et percutantes
- Claires et faciles à comprendre
- Fiables, pour mettre en lumière notre expertise en tant que marque certifiée et de confiance
- Sympathiques, pour favoriser des relations étroites avec nos clients NexDrive
- Honnêtes, pour démontrer que nous tenons nos promesses

Les mots qui décrivent
la marque NexDrive :

Expertise

Innovation

Leadership

Qualité

Confiance

Visuels de type modes de vie



Visuels de type technique



Orthographe et slogan

À l'écrit, la bonne orthographe de la marque est la suivante « **NexDrive** ».

Slogan pour le matériel de marketing

Réseau d'ateliers pour une nouvelle génération de véhicules

Signature pour la signalétique extérieure des ateliers

Entretien et réparation de véhicules électriques

Le slogan peut être utilisé pour renforcer le logo ou les textes.



Éléments graphiques

Logos

Principal

Préféré



Des version alternatives du logo principal, en noir ou blanc, peuvent être utilisées quand cela est nécessaire (espace réduit, profil du document).



Secondaire

Utilisation

Le logo secondaire peut être utilisé pour la signalétique extérieure des ateliers ou sur les articles qui sont clairement associés à la marque NAPA.

Par exemple:

- Sur l'enseigne affichée sur la façade d'un bâtiment clairement identifié à la marque NAPA;
- Sur les articles promotionnels sur lesquels est déjà affiché le logo principal sur un côté.

Il est possible d'utiliser d'autres logos secondaires en fonction de la place disponible et de la couleur du fond sur lequel le logo sera utilisé.

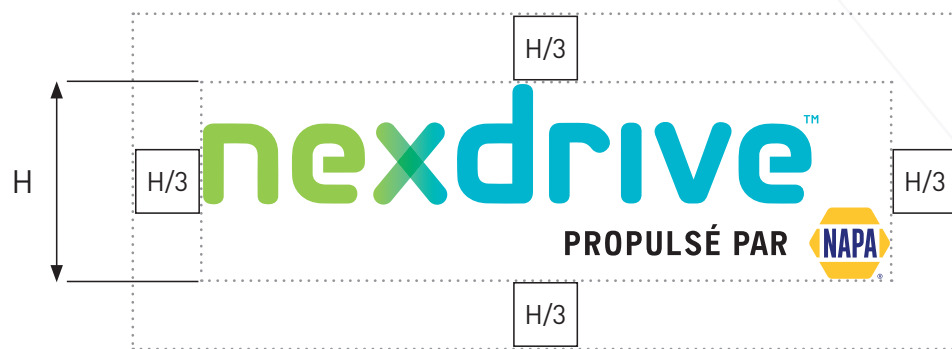
nexdrive™

Préféré

nexdrive™
nexdrive

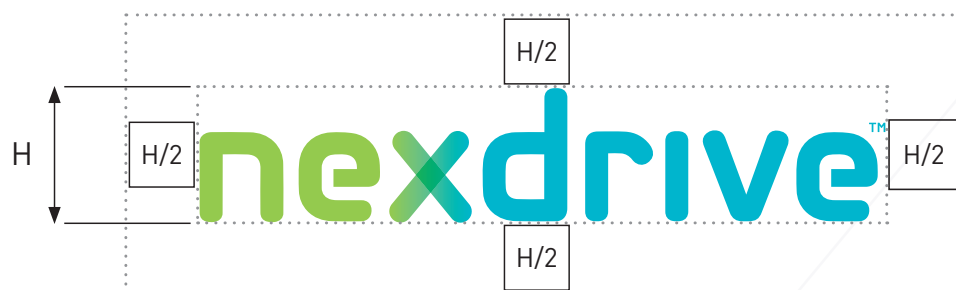
nexdrive™

Espace libre – Zone de protection



Comme démontré ici, l'espace libre entourant le logo NexDrive ne peut être inférieur à 33% de la hauteur du logo «H».

Cet espace doit rester vide.



Comme démontré ici, l'espace libre entourant le logo secondaire NexDrive ne peut être inférieur à 50% de la hauteur du logo «H».

Cet espace doit rester vide.

Tailles minimales



2,45 pouces/315 pixels

Pour garantir la lisibilité de la pastille NAPA, la hauteur minimale de celui-ci doit être d'au moins 0,25 pouce (34 pixels).



0.6 inches / 45 pixels

Pour garantir la lisibilité du logo secondaire, la largeur minimale de celui-ci doit être d'au moins 0,6 pouce (45 pixels).

Afin de préserver l'intégrité de notre logo, veuillez ne pas le modifier de quelque manière que ce soit.

Respectez toujours le ratio mentionné ci-dessus.

Utilisations interdites



Ne pas utiliser des couleurs non approuvées.



Ne pas tracer le contour du logo.



Ne pas utiliser le logo dans le corps d'une phrase. Utiliser plutôt « NexDrive ».



Ne pas ajouter d'éléments dans l'espace libre défini précédemment.



Ne pas placer le logo sur un fond à motifs.



S'assurer de créer un contraste suffisant avec l'élément en arrière-plan.



Ne pas déformer le logo.



Ne pas ajouter d'effets au logo.

Afin de préserver l'intégrité de notre logo, veuillez ne pas effectuer les modifications susmentionnées.

Respectez toujours les spécifications décrites dans ce document.



Éléments graphiques

Typographie



Principales polices de caractères

DINPro - Régulier | Titres et corps

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz | 0123456789

DINPro - Gras | En-têtes

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz | 0123456789

PF Isotext Pro - Régulier | URL et sous-titres

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz | 0123456789

Polices de caractères pour Internet

Barlow | En-têtes et corps

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz | 0123456789

Barlow - Gras | En-têtes

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz | 0123456789

PF Isotext Pro - Régulier | URL et sous-titres

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz | 0123456789

Autre police approuvée

Verdana - Régulier | En-têtes, corps, URL, sous-titres

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz | 0123456789

Verdana - Gras | En-têtes

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz | 0123456789

Au besoin, utilisez Verdana comme autre police (sur Internet, dans les courriels, etc.).



Éléments graphiques

Couleurs

Définition

1

1 – Vert énergie

CMJN : 46, 0, 90, 0

RVB : 166, 201, 89 • #a6c959

2

2- Vert mante

CMJN : 62, 0, 81, 0

RVB : 134, 189, 107 • #86bd6b

3

3 - Vert océan moyen

CMJN : 68, 0, 69, 0

RVB : 71, 187, 125 • #47bb7d

4

4 - Vert océan léger

CMJN : 82, 0, 39, 0

RVB : 57, 180, 175 • #39b4af

5

5 - Bleu énergie

CMJN : 83, 0, 20, 0

RVB : 62, 181, 206 • #3eb5ce

6

6 - Bleu profond

CMJN : 100, 80, 40, 40

RVB : 8, 48, 80 • #083050

1 to 5 : Si vous utilisez des textes, utilisez ces couleurs pour les titres uniquement.

6 : Utilisez cette couleur pour les titres et comme couleur de fond uni.

Dégradés

Exemple 1

1 à 5

Exemple 2

1 à 3

Exemple 3

3 à 4

Exemple 4

4 à 5

N'utilisez les dégradés que pour donner plus de punch à vos compositions.

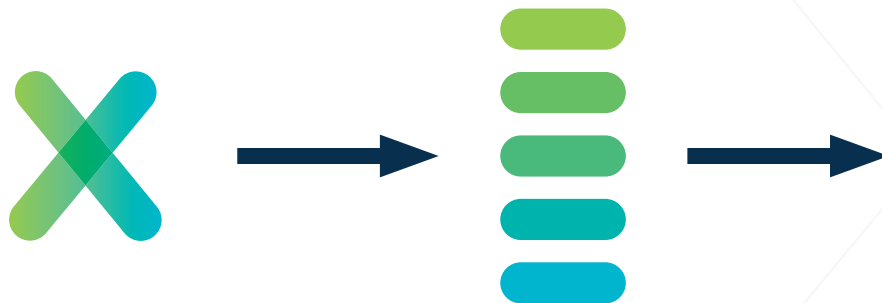
Pour préserver la lisibilité, ne les utilisez jamais comme arrière-plan pour le corps du texte.



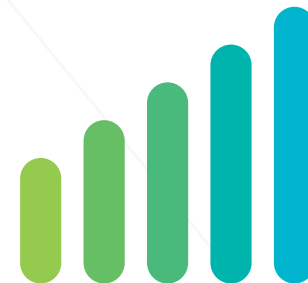
Éléments graphiques

Éléments de design

Symbole de puissance

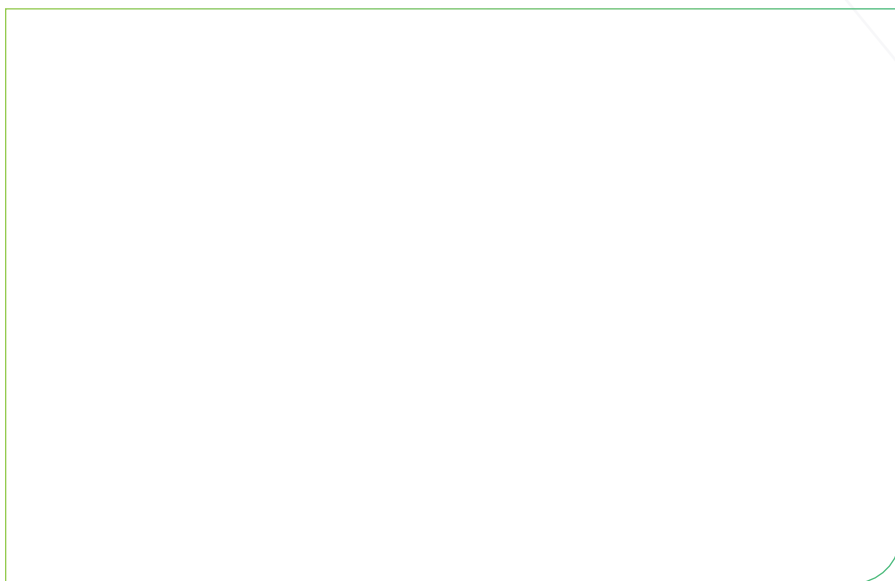


Le symbole peut subir une rotation.



Le symbole peut être utilisée sous une forme modifiée.

Blocs



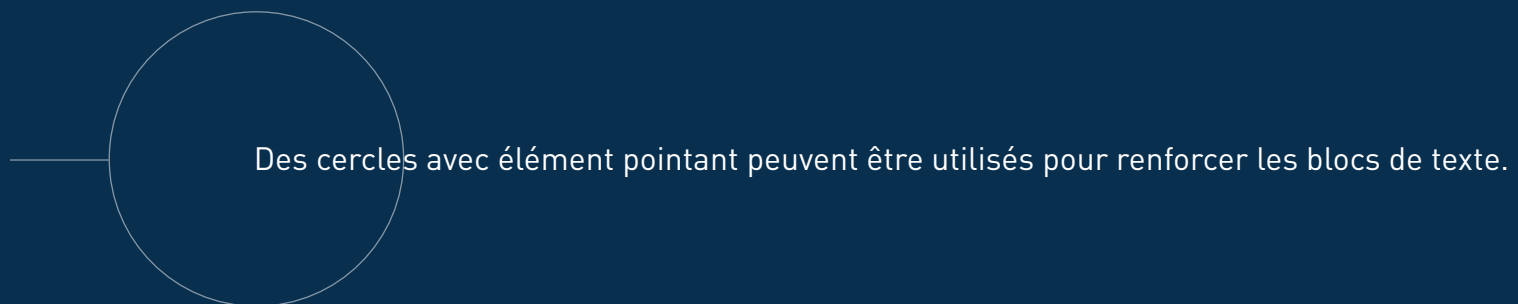
Les blocs (images ou dégradés) doivent comporter un coin arrondi.

Forme en X

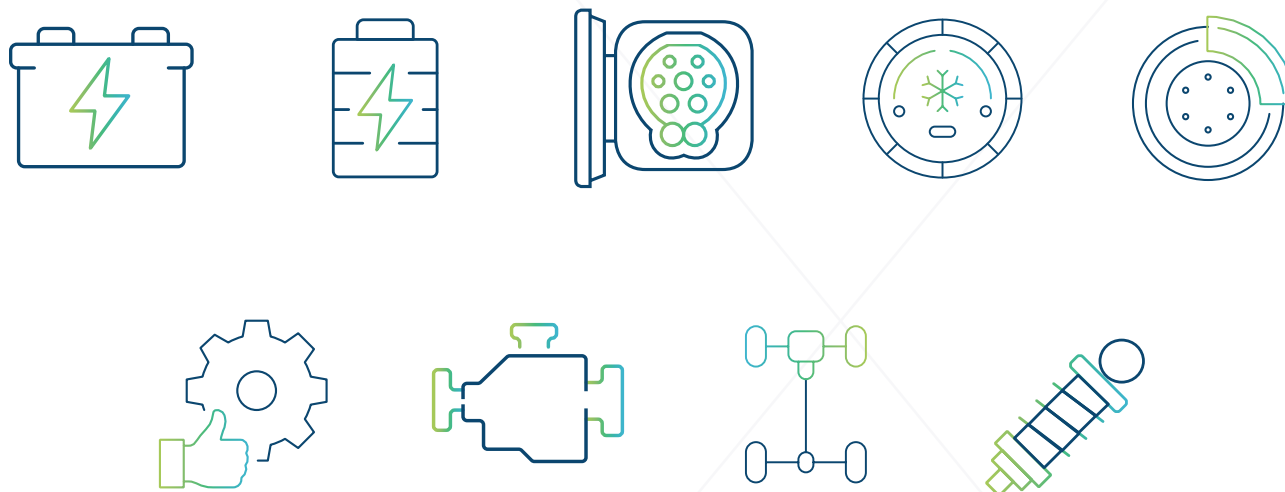


La forme en X peut être utilisée comme élément de support ou en arrière-plan.

Cercles



Icônes



Des icônes linéaires peuvent être utilisées comme élément de support.



Matériel promotionnel

Médias traditionnels

Publicité



Produits promotionnels



Vêtements





Matériel promotionnel

Médias numériques

Site Web

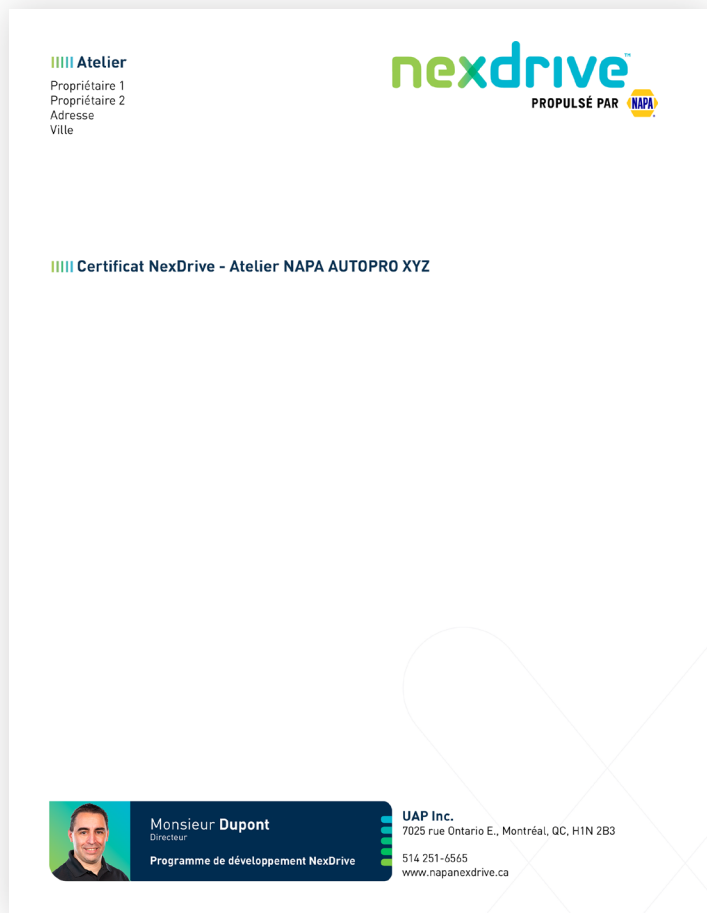




Matériel promotionnel

Communication

Modèle de communication



Ce modèle est conçu pour les communications sur lesquelles doit figurer un en-tête NexDrive. Le texte (corps et titres) doit respecter les directives énoncées dans le présent document en matière de typographie.



Matériel promotionnel

Signalisation

Enseignes extérieures

1



9x7

2



36x7

La taille des panneaux peut être modifiée en fonction de vos besoins.

N'oubliez pas que vous devez **respecter les ratios et ne devez pas déformer les visuels.**

Enseignes extérieures

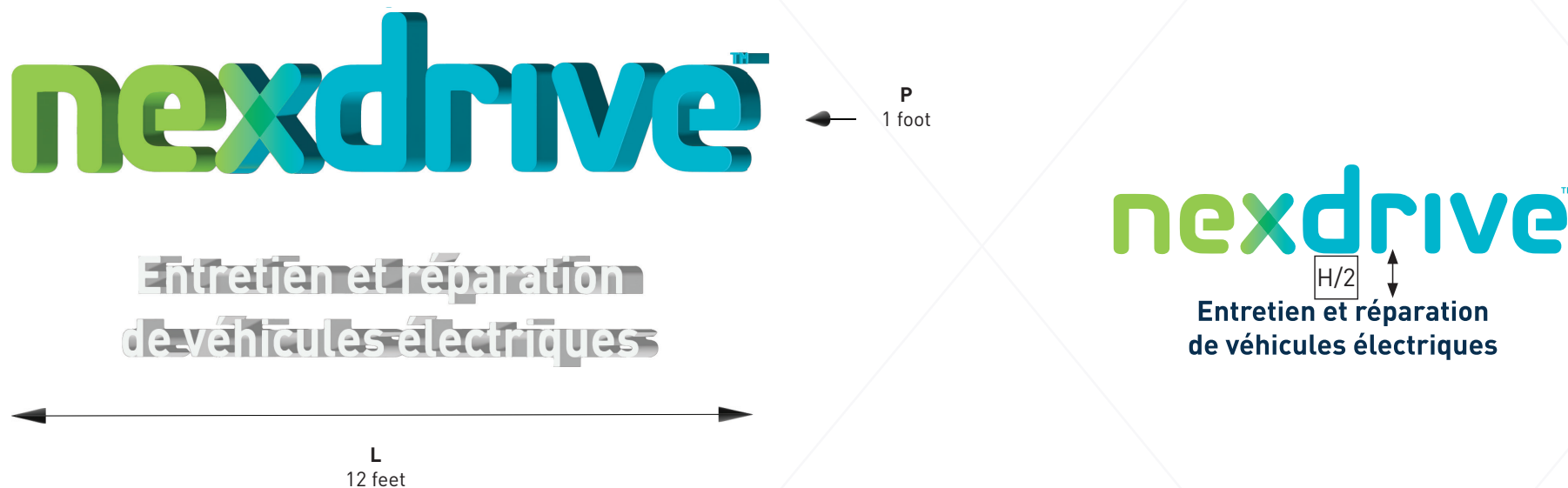


Enseignes extérieures



Enseignes extérieures

Une version d'enseigne en relief (lettrage 3 dimensions) est aussi disponible, voici les paramètres :



Pour les lettres en 3 dimensions, merci d'utiliser le ratio suivant: largeur L = 12 pieds, profondeur P = 1 pied. Le slogan devra être placé sous le logo NexDrive à une distance égale à l'espace libre. Merci de vous référer aux fichiers vectoriels fournis avec ce guide.

La taille totale des lettres peut être modifiée en fonction de vos besoins.
N'oubliez pas que vous devez **respecter le ratio et ne devez pas déformer les visuels.**

Enseignes extérieures



Porte de garage



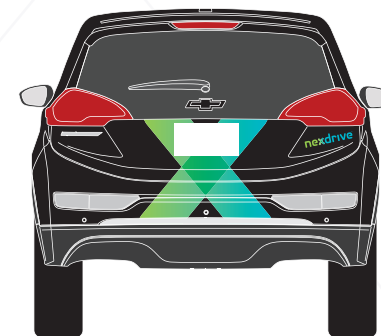
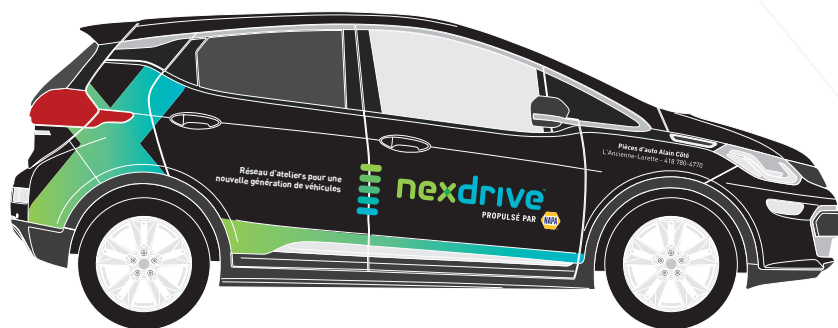
Autocollant pour fenêtre



Kiosque d'exposition



Véhicules de courtoisie (électriques)



Au moins un logo « NexDrive PROPULSÉ PAR NAPA » doit être apposé sur les véhicules. Vous pouvez également utiliser la forme en X et les dégradés.

Tente



Pour commander votre tente, veuillez contacter **Alexandre Dionne** :

Alexandre Dionne

Spécialiste – Conception graphique et matériel promotionnel

514 256-5031 | poste 7804
adionne@uapinc.com

Espace de stationnement et de recharge

