



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

Apprenez à nous connaître.

Lignes directrices sur l'utilisation de l'image
de marque du Conseil des arts du Canada

De l'art plein la vie
Bringing the arts to life

Lignes directrices sur la marque du Conseil

Ce document décrit de notre identité visuelle. Il est essentiel de se conformer aux lignes directrices, afin d'obtenir pour le Conseil une identité publique professionnelle et uniforme .

Logo

Notre logo devrait occuper une place de choix dans nos communications. Il constitue l'élément représentatif le plus visible de notre organisme, de nos employés et de notre marque pour les divers intervenants et diverses communautés. Il s'agit d'une composante institutionnelle que l'on doit utiliser de façon uniforme et dans des formes jugées appropriées et approuvées.

Traitez-le donc comme il le mérite!

Variations du logo

Le logo du Conseil se décline en deux formats bilingues : l'anglais en premier, c'est-à-dire à gauche et le français en premier, c'est-à-dire à gauche. Il s'agit des deux seules représentations visuelles du logo acceptées.



Canada Council
for the Arts

Conseil des arts
du Canada



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

Fonds de couleurs variées

Le logo du Conseil comprend deux couleurs : le noir et le bleu Conseil. Lorsque l'impression ou la couleur du fond ne se prête pas bien aux deux couleurs, le logo peut être entièrement noir ou blanc. Le logo peut se superposer sur des fonds de couleur, des illustrations ou des photographies, pourvu que sa lisibilité et son intégrité ne soient pas compromises.



Couleurs	Pantone	C	M	Y	K	R	G	B	HEX	
Couleurs principales										
●	Bleu Conseil	2925 U	70%	30%	0	0	35	135	252	2387FC
●	Noir	Black U	0	13	49	98	38	38	38	262626

Fonds de couleurs acceptables

Veillez trouver ci-dessous des exemples du logo imprimé sur différents fonds. La version noire du logo se démarque mieux sur un fond blanc ou gris pâle.



Sur fond blanc



Sur fond pâle



Blanc sur fond noir



Blanc sur fond foncé

Taille et espace de dégagement

Afin d'accroître son impact visuel, le logo doit comprendre un espace de dégagement qui en fait le tour. Les carrés marqués d'un X établissent l'espace de dégagement minimal requis. Cet espace permet au logo d'accentuer ses attributs en matière de design et de le faire mieux ressortir parmi les autres éléments graphiques.

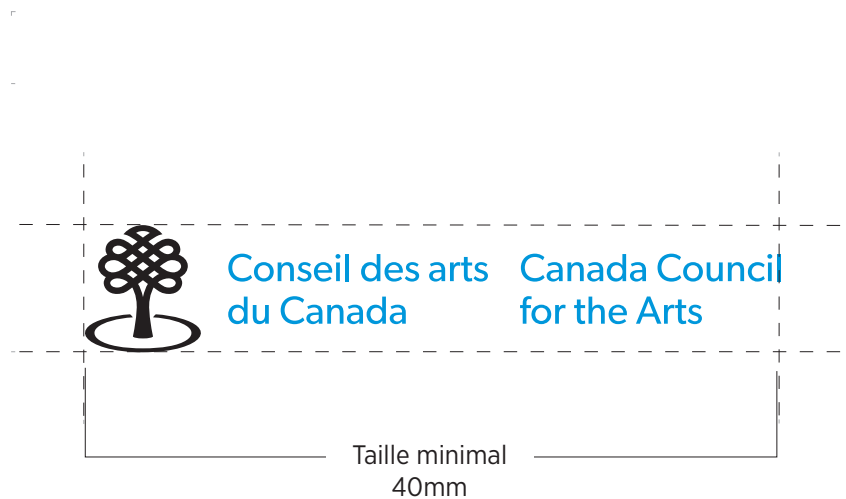


La proportion de cet espace minimal doit être maintenue lorsque le logo est agrandi ou réduit.

Taille

Document imprimé

Pour assurer la lisibilité du logo dans les documents imprimés, on a établi à **40mm** sa largeur minimale. Le logo ne devrait jamais être plus petit.



Web

Pour assurer la lisibilité du logo dans les applications numériques, on a établi à **200 pixels** sa largeur minimale. Le logo ne devrait jamais être plus petit.

Taille réelle minimale : 40 mm
(document imprimé)



Caractère employé dans le logo

Dans le logo, nous utilisons le caractère Gibson, caractère linéal, dont le tracé est simple, clair et facilement lisible. Ce caractère a été conçu par Rod McDonald, graphiste canadien en l'honneur de John Gibson (1928-2011), un des fondateurs de la Société des graphistes du Canada (SGC).

Canada Type verse tous les revenus découlant de ses ventes à la SGC qui les utilise pour faire avancer les arts créatifs et la formation en graphisme au Canada par l'entremise de divers programmes.

Police de caractère :

Dans le cadre de vos tâches de tous les jours, nous vous recommandons d'utiliser la police de caractères Arial.

Police de caractère officielle du Conseil :

La police de caractères officielle du Conseil pour les documents institutionnels créés par l'Équipe des Services de création se nomme Gotham Narrow.

Caractère du logo



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

De l'art plein la vie
Bringing the arts to life

Palette de couleurs

La palette de couleurs du Conseil est à l'image de ses attributs; elle est « vivante, ouverte et branchée ». Notre principale couleur institutionnelle est le bleu Conseil.

La palette de couleurs du Conseil comprend des couleurs dynamiques et neutres qui se complètent et peuvent s'utiliser dans toutes les combinaisons voulues pourvu que l'intégrité de la marque ne soit pas compromise.

	Couleurs	Pantone	C	M	Y	K	R	G	B	HEX
Couleurs principales										
●	Bleu Conseil	2925 U	70%	30%	0	0	35	135	252	2387FC
●	Noir	Black U	0	0	0	100	38	38	38	262626
○	Blanc	—	0	0	0	0	255	255	255	FFFFFF
○	Blanc cassé	Cool Gray 1	0	0	13	62	244	244	244	F4F4F4
●	Gris neutre	PMS 427	0	0	0	11	208	211	214	D0D3D6
●	Gris	Cool Gray 7	0	0	0	37	182	183	182	B7B6B7
●	Argent	PMS 877 U	0	0	0	40	182	183	182	B7B6B7
●	Rouge	PMS 032	0	90	86	0	247	61	68	F73D4E
●	Stratosphère	PMS 290 U	25	2	2	0	169	210	236	A9D2EC
●	Azurite	PMS 2945	100	45	0	14	23	55	94	17375E
Couleurs secondaires										
●	Vert bonsai	7481 u	60	0	55	0	60	171	77	3CAB4D
●	Jaune canari	7404 u	0	9	79	0	249	210	12	F9D20C
●	Liège	7502 u	0	8	35	10	181	148	95	B5945F

Lorsque vous créez une combinaison de couleurs, utilisez des couleurs dynamiques et des couleurs neutres, et non des couleurs dynamiques ou des couleurs neutres seulement.

Utilisation incorrecte de notre logo

Ne modifiez le logo sous aucun prétexte! Ne tentez jamais de recréer le logo vous-même. Afin de garantir une reproduction correcte et uniforme, utilisez toujours la version électronique du logo approuvée.

À ne pas faire

1. N'étirez ou ne déformez pas le logo
2. Ne changez pas la couleur du logo
3. N'utilisez pas comme logo le symbole de l'arbre séparément du lettrage
4. Ne changez pas la disposition du lettrage
5. Ne changez pas les proportions entre le logo et la signature
6. Ne changez pas le caractère du notre logo
7. N'ajoutez pas « d'effet » au logo
8. Ne disposez pas le logo sur un fond à motif
9. N'utilisez pas le logo dans une langue seulement
10. Ne séparez ou ne modifiez pas les composantes du logo



Bringing the arts to life
De l'art plein la vie



Notre signature

Une signature c'est comme un slogan que l'on utilise dans des documents ou activités promotionnels. Il s'agit d'une phrase qui tient compte du mandat de l'organisme, de son positionnement et de ses attributs de marque. Idéalement, cette phrase se retient facilement et résume le mandat ou la mission d'un organisme ou d'un produit.

La signature du Conseil devrait toujours apparaître dans les deux langues officielles et être plus petite que le logo du Conseil, lorsqu'elle l'accompagne.

Signature et espace de dégagement

En règle générale, le logo constitue l'élément dominant, alors que la signature joue un rôle de soutien. La signature doit être utilisée comme un élément indépendant. On doit la présenter en fonction de la langue du document sur lequel elle est apposée. De plus, on doit suffisamment espacer le logo de la signature, et utiliser la signature pour encadrer la page (voir exemple).

Vous trouverez ci-dessous la disposition recommandée de la signature. La première ligne doit toujours être bleu Conseil.

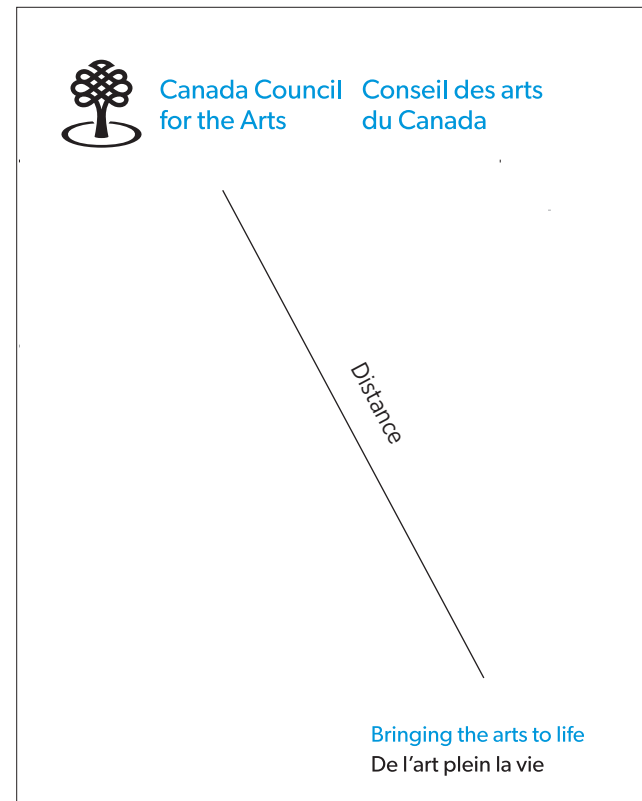
Disposition de la signature pour les documents en français

De l'art plein la vie Bringing the arts to life

Veillez nous contacter pour obtenir les fichiers graphiques de la signature.

Disposition de la signature pour les documents en anglais

Bringing the arts to life De l'art plein la vie



La proportion de la signature par rapport au logo

La signature doit être de la même hauteur que l'espace de dégagement entourant le logo comme l'illustrent les exemples ci-dessous. Cette proportion doit être respectée.

