

LKC
HF
54.52
.C2
C3314

IC

Entreprises Canada

Services aux entrepreneurs

Cahier de normes

Identité visuelle d'Entreprises Canada



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada 

Entreprises Canada

Services aux entrepreneurs

Cahier de normes

Identité visuelle
d'Entreprises Canada

Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada

Table des matières

Introduction	1	f) Les masses de couleurs principales et secondaires	18
1 – Objectif du cahier de normes	2	Palette de couleurs secondaires	
2 – La bannière — Identité fédérale	3	Mise en commun des éléments (a, b, c, d, e et f)	19
3 – Composantes de l'identité visuelle d'Entreprises Canada	4	Règles de base	
Présentation globale de l'identité visuelle	4	Créativité versus uniformité	
a) L'identificateur Entreprises Canada	5	Publications	25
Utilisation et langue		Typographie	
Zone tampon		Couleurs	
Taille		4 – L'identificateur Réseau Entreprises Canada	26
Typographie		Utilisation	
Couleurs		Volet imprimé	27
Exemples de mauvaise utilisation (uniformité)		Utilisation et disposition	
b) Le slogan	8	Zone tampon	
Utilisation et langue		Taille	
Taille		Typographie	
Typographie		Couleurs	
Couleurs		Exemples de mauvaise utilisation (uniformité)	
c) Les courbes	10	5 – Applications	30
Représentation symbolique		Volet imprimé	30
Utilisation		Applications graphiques courantes	
Couleurs		Volet multimédia	33
d) L'incitatif (cliquez, appelez, visitez)	12	Applications graphiques courantes	
Utilisation et disposition			
Typographie et couleurs			
e) Les photographies	14		
Utilisation			
Traitement graphique			
Banque de photographies			

Introduction

Entreprises Canada

À propos d'Entreprises Canada

Entreprises Canada est un guichet national, le premier endroit où vont les entrepreneurs pour obtenir auprès du gouvernement des renseignements, des conseils et du soutien pour les aider à développer leur entreprise.

Grâce à Entreprises Canada, les gens d'affaires ont accès à toute une gamme de services offerts par les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux dans l'ensemble du Canada. Des agents de renseignements commerciaux professionnels aident les clients à en apprendre davantage au sujet des services, des règles et des règlements, des formulaires, des sources de financement, des groupes d'intérêt, et bien plus.

Le Réseau Entreprises Canada fournit un accès pratique à de l'information, à des services et à des conseils — vous n'avez qu'à cliquer, à appeler ou à visiter le centre le plus près de vous.

Cliquez
EntreprisesCanada.ca

Appelez
1 888 576-4444

Visitez
Réseau Entreprises Canada

Les activités de marketing d'Entreprises Canada ont pour but d'inciter les entrepreneurs à passer à l'action et à utiliser ses services.

Entreprises Canada met à la disposition des entrepreneurs canadiens plusieurs outils interactifs tels que le Système d'aide au démarrage d'une entreprise, le Plan d'affaires interactif et divers ateliers en ligne sur la petite entreprise.

Comment nous joindre

Si vous avez des questions concernant ce cahier de normes ou l'identité visuelle d'Entreprises Canada, écrivez-nous à l'adresse suivante : csec@ic.gc.ca.

Industry Canada
Library - Queen

DEC 18 2012

Industrie Canada
Bibliothèque - Queen

1 – Objectif du cahier de normes

Ce cahier de normes a pour mission d'instruire et de préciser de façon impartiale les modes d'utilisation des différentes composantes de l'identité visuelle d'Entreprises Canada ainsi que de tous les autres éléments d'identification qui s'y rattachent.

Grâce à ce cahier pratique, et en respectant les normes d'identité visuelle, vous gagnerez en efficacité dans vos outils de communication, mais surtout, vous contribuerez à la cohérence de l'image d'Entreprises Canada au sein du gouvernement.

Les normes favorisent la qualité, l'uniformité et la clarté du message et de l'image à diffuser dans les outils de communication préparés pour le compte d'Entreprises Canada. Elles offrent toutefois une flexibilité suffisante pour répondre à vos différents besoins. Cette identité a été créée pour diffuser les caractéristiques suivantes :

Convivialité

Actualité

Crédibilité

Dynamisme

Excellence

Pertinence

Ces normes ont été rédigées pour tous ceux qui produisent des outils de communication faisant la promotion des services offerts par Entreprises Canada :

- les centres de services d'Entreprises Canada et le Secrétariat national d'Entreprises Canada;
- les autres parties intéressées à Entreprises Canada;
- les entreprises de conception graphique.

Statut juridique d'Entreprises Canada

« Entreprises Canada » est une marque officielle du gouvernement du Canada.

2 – La bannière — Identité fédérale



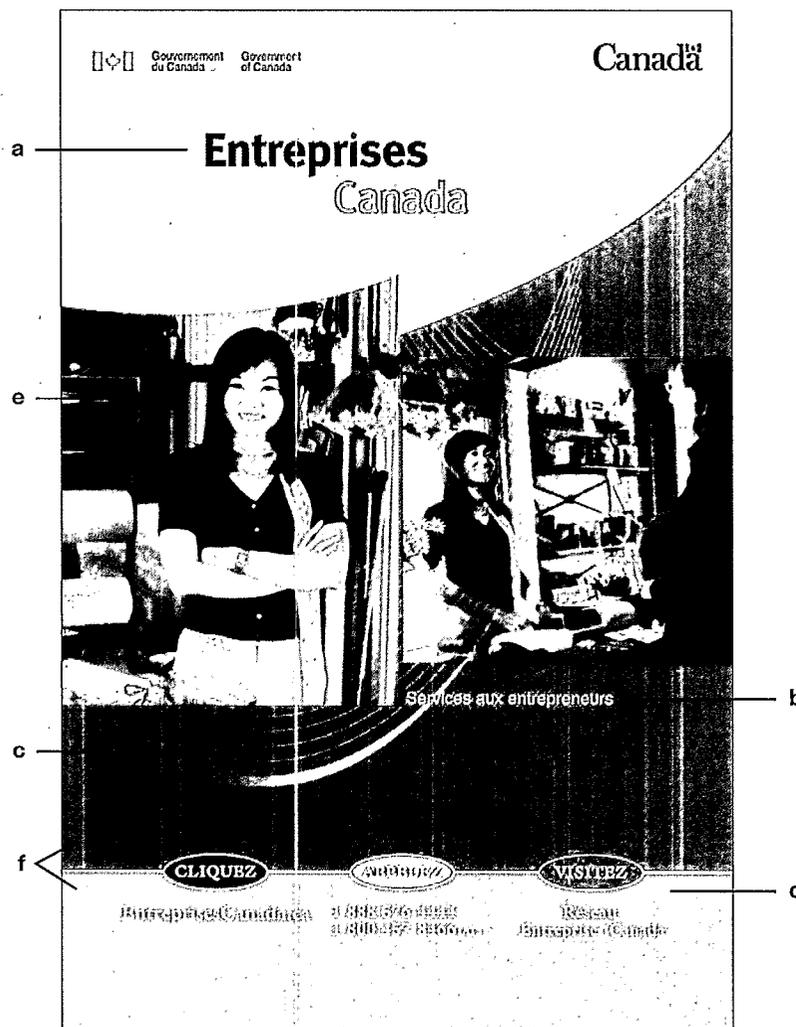
Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada

Les symboles du Programme de coordination de l'image de marque doivent figurer bien en vue sur tous les produits d'Entreprises Canada. Le mot-symbole Canada rappelle au public qu'Entreprises Canada est un organisme du gouvernement du Canada au service de l'ensemble de la population et plus précisément, des entrepreneurs. La signature du gouvernement du Canada accompagne, dans la grande majorité des cas, le mot-symbole. Pour de plus amples renseignements sur les normes graphiques régissant les symboles du Programme de coordination de l'image de marque, veuillez consulter le site www.tbs-sct.gc.ca/fip-pcim/man_pdfs_f.asp.

3 – Composantes de l'identité visuelle d'Entreprises Canada



L'exemple ci-dessus est une ébauche insérée à titre informatif et ne représente qu'une possibilité de la disposition des éléments et du choix des photos.

Présentation globale de l'identité visuelle

Dans cette section, nous allons examiner l'identité visuelle dans son ensemble et vous présenter un à un les éléments qui la composent. Le graphique ci-contre illustre l'application complète de l'identité sur un produit, dans ce cas-ci, sur une affiche.

Voici les six composantes de l'identité visuelle d'Entreprises Canada :

- a) L'identificateur Entreprises Canada
- b) Le slogan
- c) Les courbes
- d) L'incitatif (cliquez, appelez, visitez)
- e) Les photographies
- f) Les masses de couleurs principales et complémentaires

a) L'identificateur Entreprises Canada

**Entreprises
Canada**

**Entreprises
Canada**

Entreprises Canada

**Canada
Business**

**Canada
Business**

Canada Business

**Entreprises Canada
Canada Business**

**Canada Entreprises
Business Canada**

EntreprisesCanada.ca
1 888 576-4444

CanadaBusiness.ca
1 888 576-4444

Utilisation et langue

L'identificateur existe en versions unilingue et bilingue (français prioritaire ou anglais prioritaire). Comme vous pourrez le constater dans les exemples ci-contre, la disposition des mots peut se présenter de plusieurs façons. L'utilisation de l'identificateur est très flexible. On peut donc varier sa disposition d'un outil à l'autre.

L'identificateur Entreprises Canada a été conçu conformément aux exigences du Programme de coordination de l'image de marque. Ainsi, la taille et le positionnement des mots de l'identificateur variera d'un outil à l'autre selon la dimension et le format du produit en question. Par exemple, sur les produits disposés à l'horizontale, utilisez l'identificateur présentant les mots sur une seule ligne.

**Entreprises
Canada**

La valeur « x » est proportionnelle
à la hauteur de la lettre « C »
du mot « Canada »

Canada

**Entreprises Canada
Canada Business**

**Entreprises
4 mm min. Canada**

**Entreprises Canada
4 mm min. Canada Business**

Meta Bold (FontFont™)

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

Zone tampon

Pour conserver la lisibilité de l'identificateur, la zone se trouvant directement autour de celui-ci doit être libre de tout autre élément. La zone tampon doit, au minimum, équivaloir à la mesure de la hauteur de la lettre « C » du mot « Canada ».

Taille

La taille de l'identificateur varie selon le format du document. Voici les grandes lignes d'utilisation.

La dimension est calculée par rapport à la lettre « C » du mot « Canada ».

Dépliant ou petite brochure
Taille minimum : **4 mm**

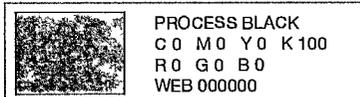
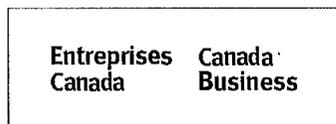
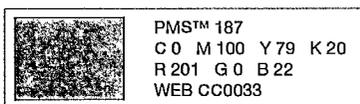
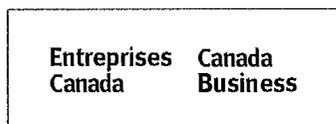
Publication de 8,5 sur 11 po (21,59 sur 27,94 cm)
Taille minimum : **8 mm**

Bannière de 82 sur 39 po (208 sur 99 cm)
Taille minimum : **5 cm**

Stand de 156 sur 82 po (396 sur 208 cm)
Taille minimum : **10 cm**

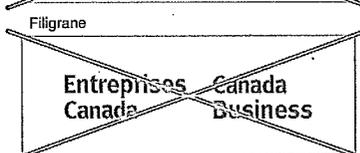
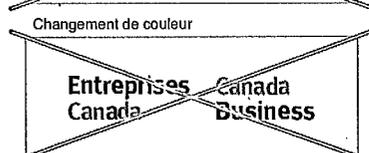
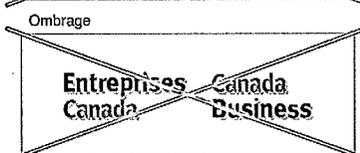
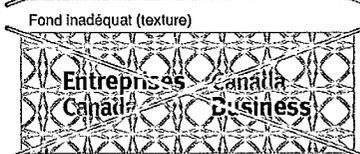
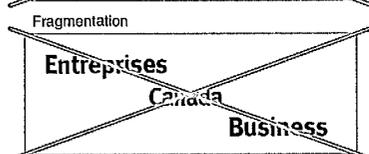
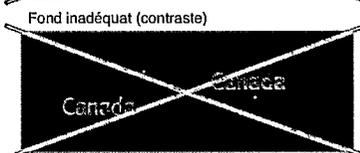
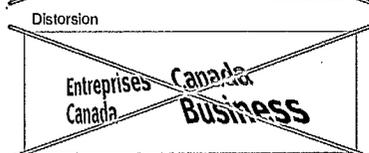
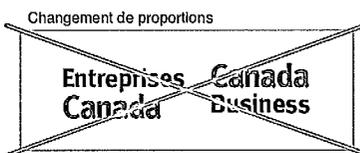
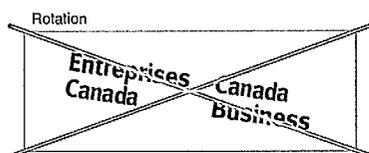
Typographie

La fonte utilisée est Meta Bold (FontFont™, Mac ou PC). Il est important d'utiliser les versions électroniques officielles offertes (en anglais seulement) à hercules.cbsc.org (nom d'utilisateur : csbc, mot de passe : business) ou celles fournies sur le disque du matériel graphique d'Entreprises Canada dans les formats suivants : .eps, .tif, .bmp ou .jpg. Seul le format .eps peut être agrandi indéfiniment. C'est d'ailleurs le format le plus couramment utilisé par les graphistes.



Couleurs

Sur les outils en couleurs, le mot « Canada » doit être en rouge et le mot « Entreprises », en noir. Sur les outils en noir et blanc, le texte doit être entièrement noir ou entièrement blanc, lorsque renversé.



Exemples de mauvaise utilisation (uniformité)

Dans le but d'uniformiser l'utilisation de l'identificateur, voici les grandes lignes à suivre :

- Pour remplir efficacement sa fonction, l'identificateur Entreprises Canada doit être utilisé avec rigueur et uniformité.
- Ne tentez pas de recréer l'identificateur. Utilisez plutôt les modèles électroniques mis à votre disposition.

Ces règles de base s'appliquent à toutes les composantes de l'identité visuelle.

b) Le slogan

Utilisation et langue

Slogan unilingue français

Services aux entrepreneurs

Services aux
entrepreneurs

Services aux
entrepreneurs

Services aux
entrepreneurs

Slogan unilingue anglais

Services for entrepreneurs

Services for
entrepreneurs

Services for
entrepreneurs

Services for
entrepreneurs

Slogan bilingue (français prioritaire)

Services aux entrepreneurs
Services for entrepreneurs

Services aux entrepreneurs
Services for entrepreneurs

Services aux entrepreneurs
Services for entrepreneurs

Services aux
entrepreneurs

Services for
entrepreneurs

Services aux
entrepreneurs

Services for
entrepreneurs

Services aux
entrepreneurs

Services for
entrepreneurs

Slogan bilingue (anglais prioritaire)

Services for entrepreneurs
Services aux entrepreneurs

Services for entrepreneurs
Services aux entrepreneurs

Services for entrepreneurs
Services aux entrepreneurs

Services for
entrepreneurs

Services aux
entrepreneurs

Services for
entrepreneurs

Services aux
entrepreneurs

Services for
entrepreneurs

Services aux
entrepreneurs

Entreprises
y ≥ 2 mm
Canada

La valeur « y » est proportionnelle à la moitié de la hauteur de la lettre « C » du mot « Canada »



y Services aux entrepreneurs

y Services aux entrepreneurs
Services for entrepreneurs

Helvetica Medium (Adobe™)

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

 PROCESS BLACK
C 0 M 0 Y 0 K 100
R 0 G 0 B 0
WEB 000000

Services aux entrepreneurs

Services aux entrepreneurs
Services for entrepreneurs

Services aux entrepreneurs

Services aux entrepreneurs
Services for entrepreneurs

Taille

La taille du slogan varie selon le format du document et sa taille doit toujours être directement proportionnelle à celle de l'identificateur (voir la section 3a). La hauteur du slogan doit être équivalente à 50 p. 100 de la hauteur de la lettre « C » du mot « Canada ».

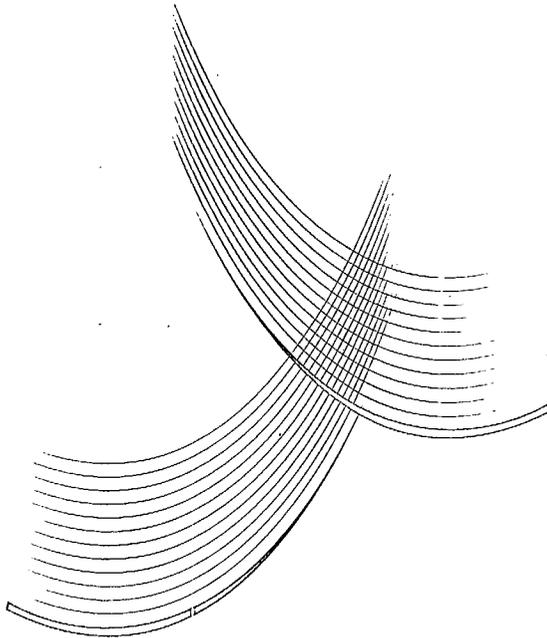
Typographie

La fonte utilisée est Helvetica Medium (Adobe™, Mac ou PC).

Couleurs

Le slogan s'utilise seulement en noir et blanc.

c) Les courbes



Entreprises Canada offre un large éventail de services gouvernementaux et une mine d'information aux entrepreneurs. Il dirige ceux-ci vers les services et outils dont ils ont besoin.

Représentation symbolique

Les courbes représentent la circulation fluide de l'information dans l'ensemble du Réseau d'Entreprises Canada.

Les deux courbes principales qui s'entrecroisent représentent l'unification des deux services primaires : les Centres de services aux entreprises du Canada et Portaildesaffaires.ca.

Les segments s'entrecroisent, s'unissent et forment une grande entité, un réseau.

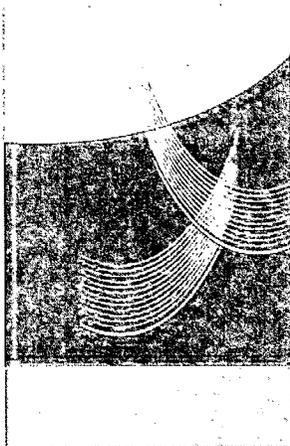
Elles représentent aussi la diffusion de l'information au moyen des nouvelles technologies : la diffusion dans un mouvement ascendant et gracieux.

Grâce au Réseau, les entrepreneurs bénéficient des services d'Entreprises Canada.

Les courbes sont aussi un rappel discret des fuseaux horaires à l'échelle nationale et internationale puisque Entreprises Canada se veut un organisme offrant les ressources nécessaires aux entreprises désirant prendre de l'expansion.



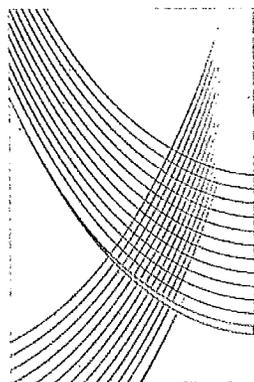
Utilisation des courbes avec l'identité visuelle complète



Courbes utilisées sur la zone de couleur seulement



Courbes utilisées en couleurs complémentaires seulement



Rognage maximal des courbes

Utilisation

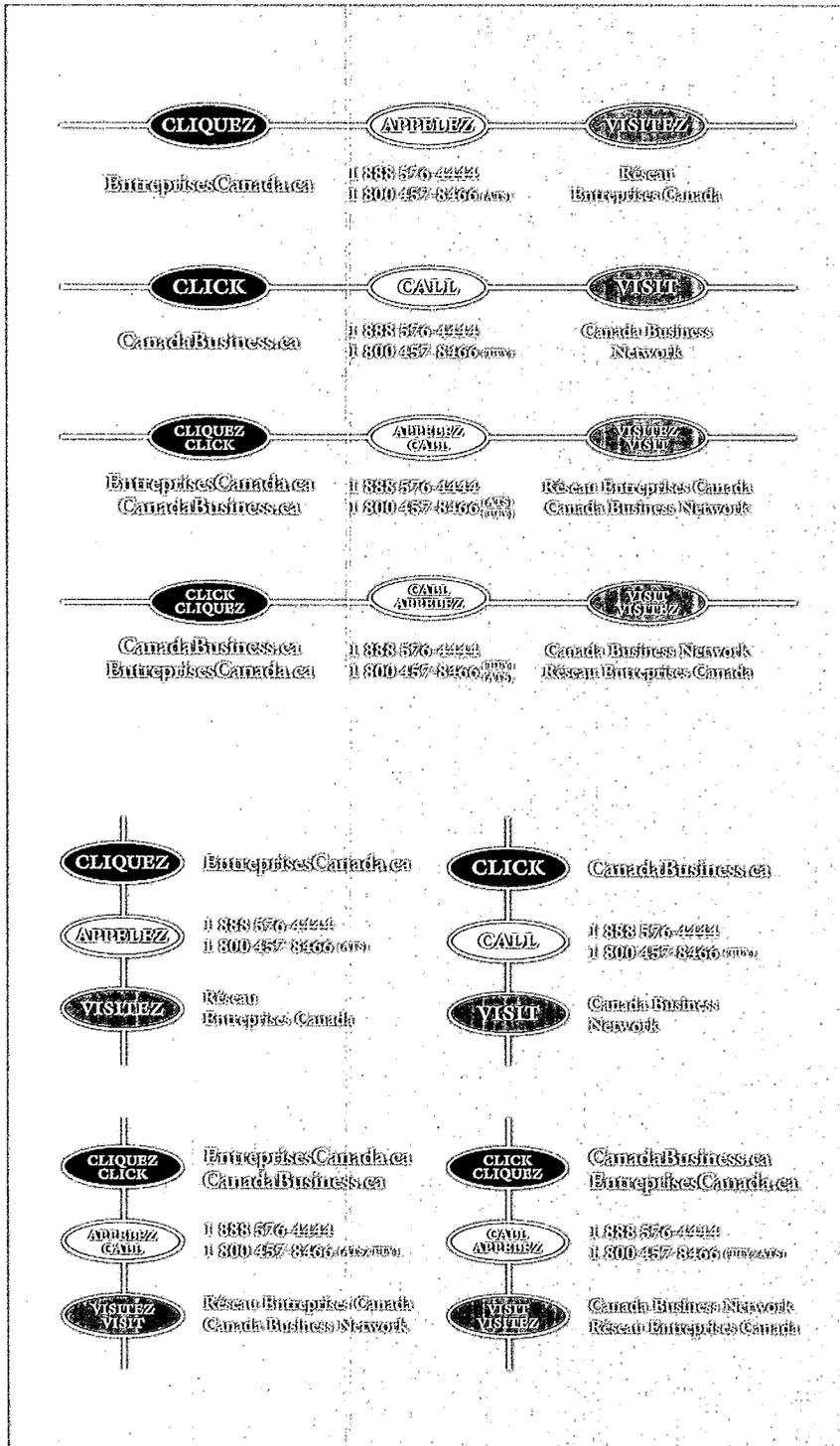
Les courbes font partie intégrante de l'identité visuelle et doivent donc toujours figurer sur les outils de communication, mais d'une façon bien particulière.

Les courbes s'utilisent, le plus souvent, en superposition sur les photos ou masses de couleurs, mais elles peuvent aussi être mises en aplat de couleur (format .eps, image vectorielle). Leur positionnement peut varier mais les lignes doivent toujours se croiser. On suggère une utilisation subtile et non répétitive.

Couleurs

Les courbes sont généralement blanches, avec 30 p. 100 d'opacité, mais elles pourraient également être utilisées dans les couleurs de la palette primaire ou secondaire, sur fond blanc (voir la p. 18).

d) L'incitatif (cliquez, appelez, visitez)

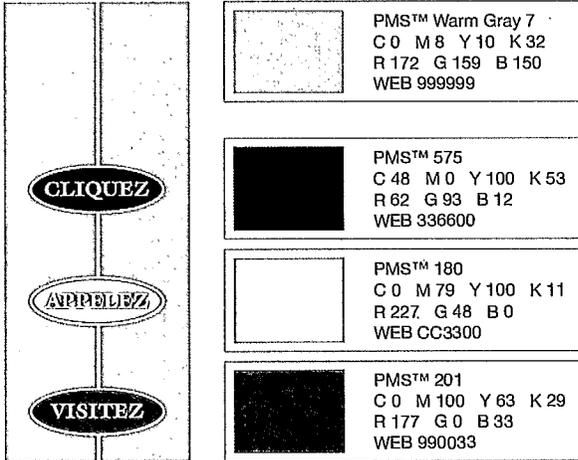


Utilisation et disposition

La taille de l'ensemble est établie simplement en fonction de la lisibilité. Le texte sous les bulles doit être d'un minimum de 2 mm de hauteur (7 pts) sur les plus petits outils, tel un dépliant. En général, l'incitatif doit être aussi imposant que l'identificateur Entreprises Canada.

L'incitatif doit ressortir du concept pour encourager les gens à communiquer avec Entreprises Canada. Il peut être disposé à l'horizontale et, dans de rares cas, à la verticale.

Les trois mots et les coordonnées dans le bas forment un tout très fixe (vous devez utiliser les versions originales de cet ensemble sous forme d'image vectorielle).



Typographie et couleurs

Les bulles et les coordonnées sont généralement positionnées sur la masse grise. On peut en déroger, sauf pour les affiches et autres outils de grande taille.

La fonte utilisée pour le texte dans les bulles est ITC Galliard Black (Adobe™) et ITC Galliard Bold (Adobe™), pour le texte sous les bulles.

ITC Galliard Black (Adobe™)

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 1234567890!@#\$\$%^&*()

ITC Galliard Bold (Adobe™)

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 1234567890!@#\$\$%^&*()

e) Les photographies



Utilisation

Cette banque de photographies est à la disposition des membres du Réseau Entreprises Canada qui font la promotion du Réseau dans son ensemble ou des services d'un membre particulier. Les photographies sont destinées à l'impression ou à l'utilisation en ligne. On incite les membres du Réseau à avoir recours aux photographies illustrant les entreprises de clients typiques de l'ensemble du Canada. Les gens paraissant sur les photographies sont réellement des propriétaires d'entreprises canadiens. Voici les grandes lignes à suivre pour l'utilisation des photographies.

Les images sont conductrices du message principal et sont importantes pour la reconnaissance et la promotion d'Entreprises Canada. En principe, tous les outils de promotion externes devraient en comprendre plusieurs et leur accorder beaucoup de place. Par contre, sur les outils ministériels, tels une carte de visite ou des produits internes, les photographies ne sont pas obligatoires.

Une banque de photographies illustrant divers secteurs d'activité est mise à votre disposition. Il faut varier le choix des photos d'un outil à l'autre pour équilibrer la représentation des hommes et des femmes, des groupes d'âge, des secteurs d'activité et des nationalités. Ne saturez pas vos produits en incorporant toutes les options sur un même dépliant. Il est préférable de mettre moins de photographies, mais d'en utiliser de grande taille afin qu'elles attirent l'attention.

Traitement graphique

Il est recommandé de disposer les photographies dans une boîte sur laquelle serait superposée une courbe, mais ce n'est pas obligatoire. Deux photos sont juxtaposées, l'une pour illustrer la fierté de l'entrepreneur et sa réussite, et l'autre, pour le montrer en action. Il faut s'assurer que le secteur d'activité est bien clair. La deuxième photo est filtrée pour passer au second plan. Pour créer cet effet, vous devez utiliser l'image à 70 p. 100 d'opacité.



Banque de photographies

La banque de photographies contient 21 images, toutes en RVB non calibrées (.jpg). Les images ne sont pas traitées pour la transparence ou la saturation, on doit donc s'assurer de les maximiser pour chaque type d'impression ou d'utilisation.



Banque de photographies (suite)

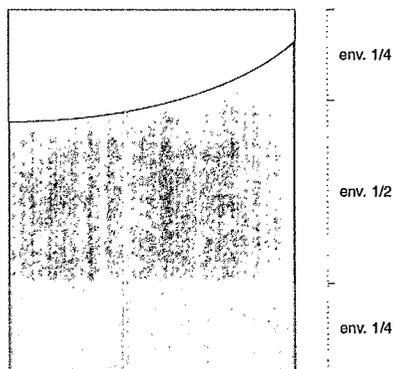




Banque de photographies (suite)



f) Les masses de couleurs principales et secondaires

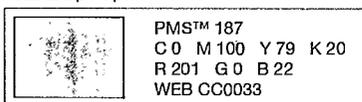


Trois grandes masses de couleurs habillent le fond de l'identité visuelle d'Entreprises Canada.

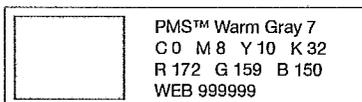
Celle du haut, le blanc, ouvre et dégage le visuel, le rouge tranche le centre et le gris se retrouve au bas avec l'incitatif. Les proportions suggérées sont approximativement 1/4 de blanc, 1/4 de gris et 1/2 de rouge. Ces proportions peuvent varier selon les formats et surtout lorsque les outils sont horizontaux.

Reportez-vous aux exemples de la page 20 pour comprendre la flexibilité en ce qui a trait aux masses de couleurs. L'important est la constance des couleurs proposées. Vous trouverez ci-contre la palette de couleurs à utiliser pour tous les outils de communication. Les couleurs jouent un rôle important dans l'uniformité des différents outils. Assurez-vous donc d'avoir créé les couleurs en suivant ce tableau.

Couleurs principales

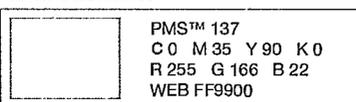


PMS™ 187
C 0 M 100 Y 79 K 20
R 201 G 0 B 22
WEB CC0033

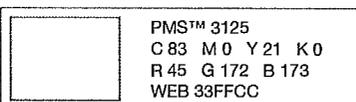


PMS™ Warm Gray 7
C 0 M 8 Y 10 K 32
R 172 G 159 B 150
WEB 999999

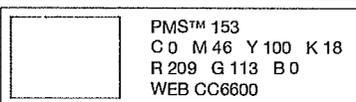
Couleurs secondaires



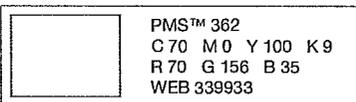
PMS™ 137
C 0 M 35 Y 90 K 0
R 255 G 166 B 22
WEB FF9900



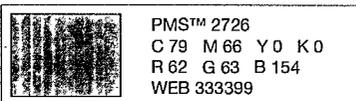
PMS™ 3125
C 83 M 0 Y 21 K 0
R 45 G 172 B 173
WEB 33FFCC



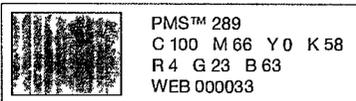
PMS™ 153
C 0 M 46 Y 100 K 18
R 209 G 113 B 0
WEB CC6600



PMS™ 362
C 70 M 0 Y 100 K 9
R 70 G 156 B 35
WEB 339933



PMS™ 2726
C 79 M 66 Y 0 K 0
R 62 G 63 B 154
WEB 333399

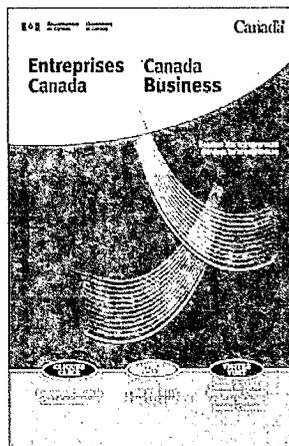
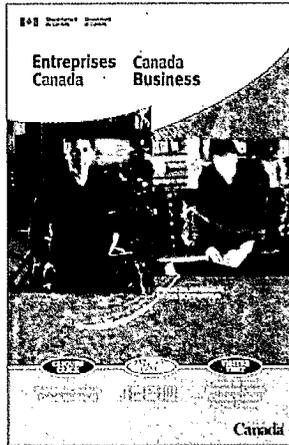


PMS™ 289
C 100 M 66 Y 0 K 58
R 4 G 23 B 63
WEB 000033

Palette de couleurs secondaires

Voici une palette de couleurs secondaires. Les couleurs secondaires peuvent être utilisées pour différencier certains documents, ajouter une note de vie à l'intérieur des publications, ou simplement marier une gamme d'objets promotionnels. Elles ne doivent en aucun cas remplacer les couleurs principales.

Mise en commun des éléments (a, b, c, d, e et f)



Maintenant que vous connaissez bien les différentes composantes de l'identité visuelle, voyons comment s'organise le tout.

L'identité visuelle d'Entreprises Canada se veut flexible, c'est-à-dire qu'elle comporte beaucoup de suggestions et très peu d'obligations. Il faut s'assurer que le message véhiculé dans les outils de communication est uniforme, mais que la conception graphique soit suffisamment diversifiée pour éviter la monotonie.

Règles de base

Les éléments textes doivent être lus dans l'ordre suivant : identificateur, slogan, incitatif.

Les symboles du Programme de coordination de l'image de marque doivent toujours figurer bien en vue sur les produits et être utilisés de façon à respecter les exigences du Programme de coordination de l'image de marque.

Les masses de rouge et de blanc sont obligatoires sur la couverture, mais le gris pourrait être utilisé à l'intérieur.

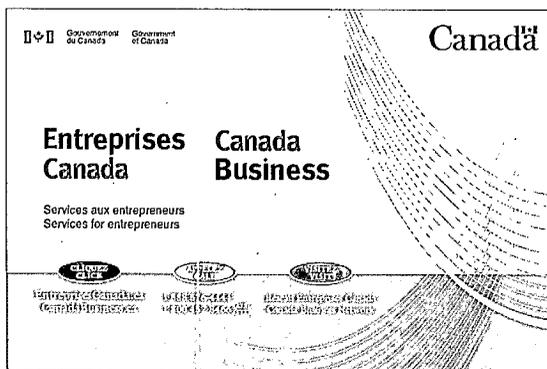
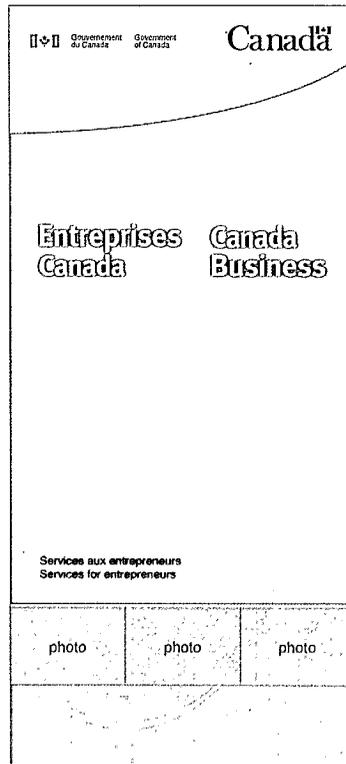
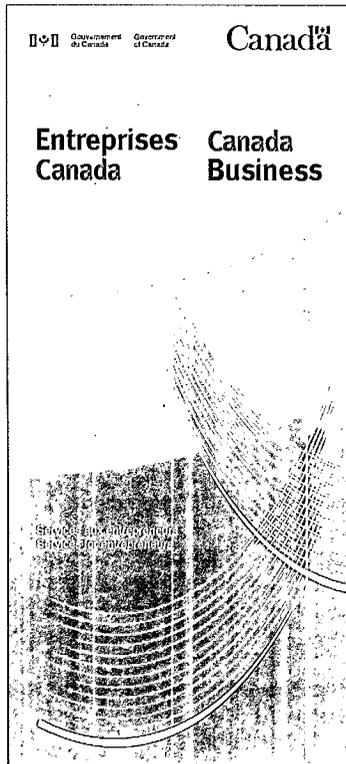
Les courbes doivent toujours être en superposition, mais leur positionnement peut varier. Elles peuvent aussi être utilisées comme élément graphique d'habillage, par exemple, à l'intérieur d'un dépliant.

Les photographies doivent se trouver près de l'identificateur ou à l'intérieur d'une petite publication tel un dépliant. Il est préférable d'en avoir deux sur la couverture.

L'identificateur doit toujours être en évidence.

Le slogan se positionne soit près des photographies ou de l'identificateur.

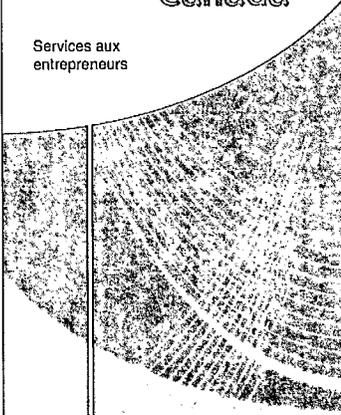
Les outils sont soit unilingues (français ou anglais) ou bilingues (favorisant une langue prioritaire, comme il convient), selon le besoin.



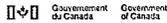
Créativité versus uniformité

Les exemples visuels ont pour but de vous aider à créer des outils attrayants et facilement associables à Entreprises Canada. Vous pourrez constater que les éléments sont souples, mais qu'ils permettent aussi d'atteindre l'uniformité. Des liens sont donc créés d'un outil à l'autre pour donner un ensemble de produits uniformes.


Canada
Entreprises Canada
 Services aux entrepreneurs

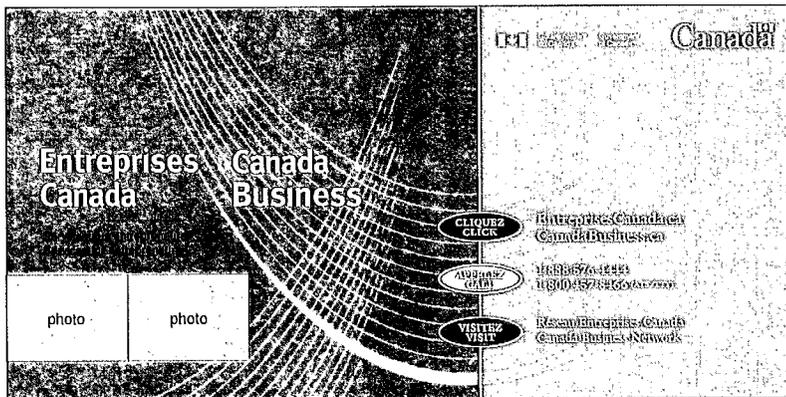


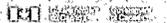
CLIQUEZ [EntreprisesCanada.ca](#)
APPELEZ 1 888 576 4242 / 1 800 457 8416 (toll-free)
VISITEZ Réseau Entreprises Canada


Canada
Entreprises Canada **Canada Business**
 Services aux entrepreneurs / Services for entrepreneurs

CLIQUEZ [CanadaBusiness.ca](#)
APPELEZ 1 888 576 4242 / 1 800 457 8416 (toll-free)
VISITEZ Réseau Entreprises Canada / Canada Business Network

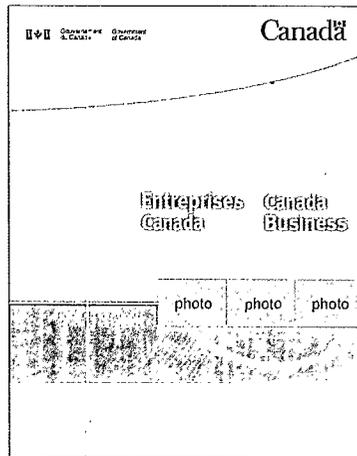
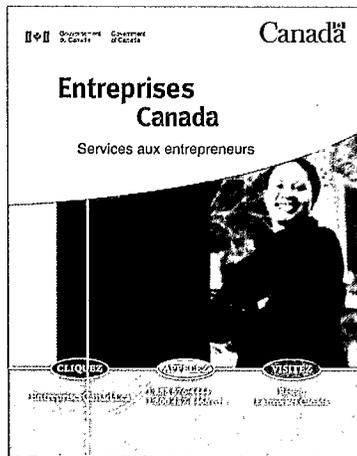
Créativité versus uniformité (suite)




Canada
Entreprises Canada **Canada Business**

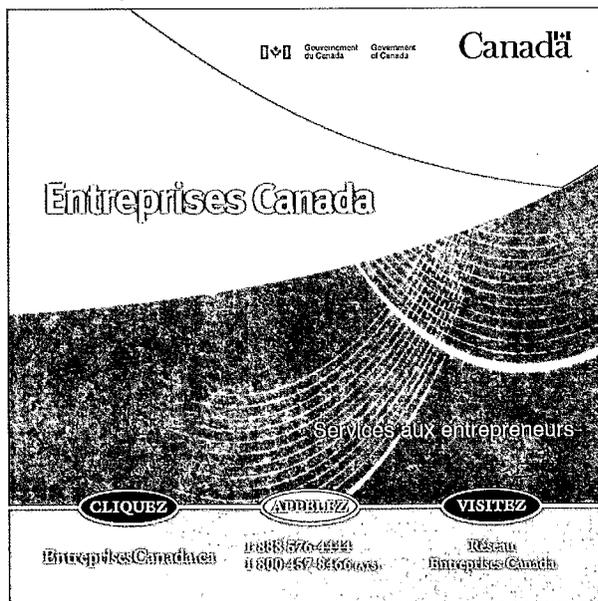
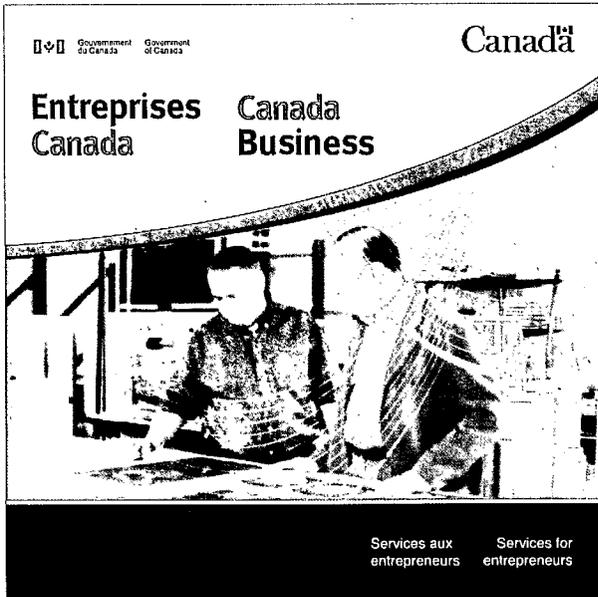
CLIQUEZ [CanadaBusiness.ca](#)
APPELEZ 1 888 576 4242 / 1 800 457 8416 (toll-free)
VISITEZ Réseau Entreprises Canada / Canada Business Network

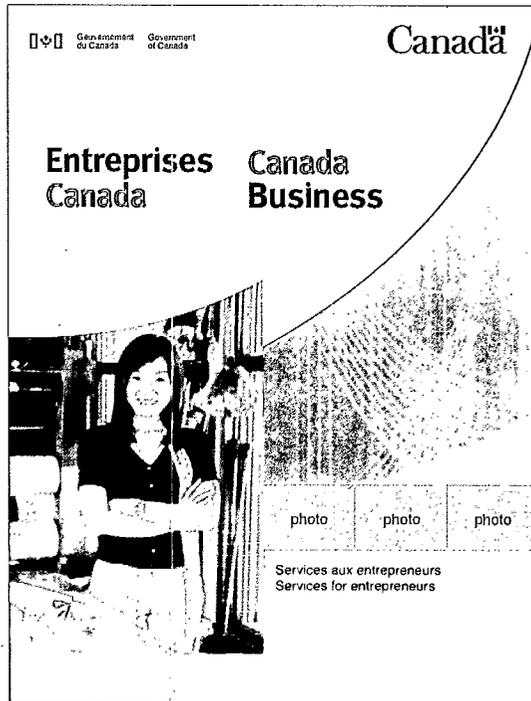
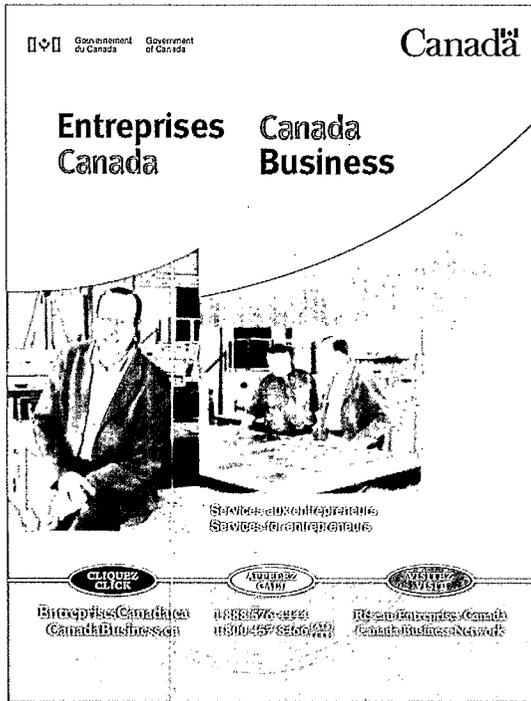
photo photo



Créativité versus uniformité (suite)

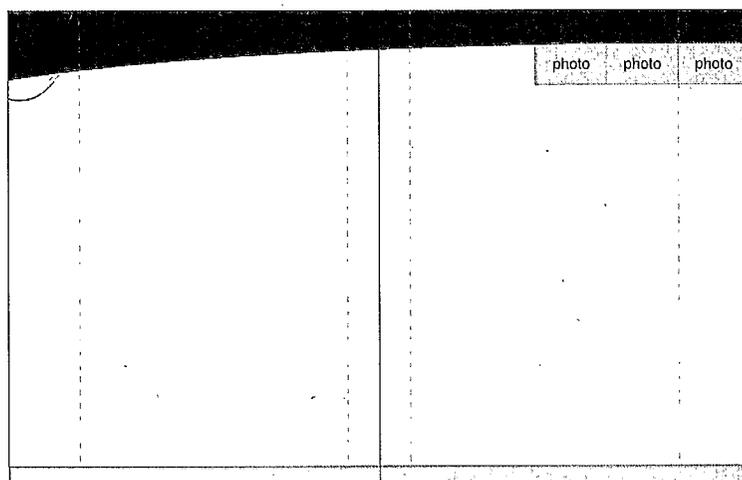
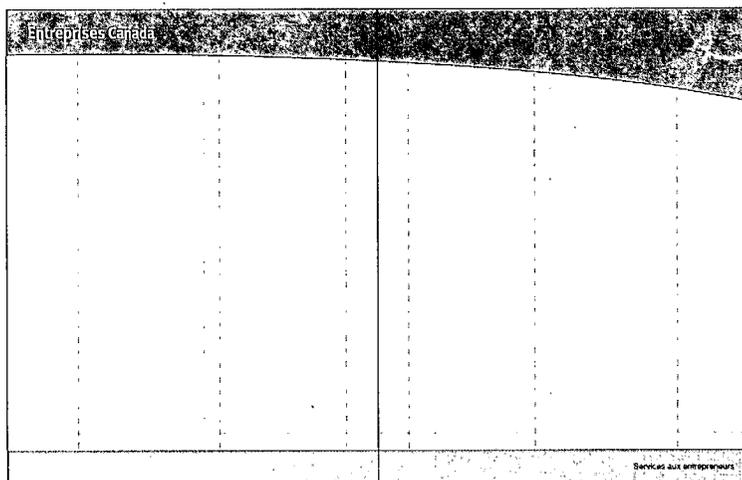
Créativité versus uniformité (suite)





Créativité versus uniformité (suite)

Publications



Les exemples montrés ci-contre vous guideront dans l'élaboration de grilles pour les publications. Vous devez aussi observer les lignes directrices suivantes.

Typographie

Les fontes suivantes sont utilisées pour les couvertures et la mise en pages.

Titres et sous-titres

Helvetica (Adobe™)
Helvetica Neue Bold Condensed

Corps du texte

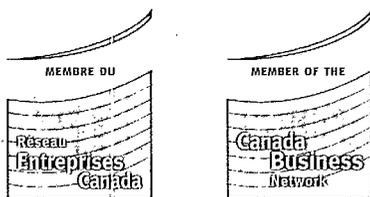
ITC Galliard (Adobe™)
 Galliard
Galliard Italic
Galliard Bold
Galliard Bold Italic
Galliard Black
Galliard Black Italic
Galliard Ultra
Galliard Ultra Italic

ou

Minion (Adobe™)
 (Minion offre une plus grande flexibilité typographique)
 Minion
Minion Italic
 Minion Semibold
Minion Semibold Italic
Minion Bold
Minion Bold Italic
Minion Black
 Minion Condensed
Minion Condensed Italic
Minion Bold Condensed
Minion Bold Condensed Italic

Faute de disponibilité de ces fontes, utilisez Times New Roman.

4 – L'identificateur Réseau Entreprises Canada



MEMBRE DU Réseau
**Entreprises
Canada**

MEMBER OF THE
**Canada
Business
Network**

MEMBER OF THE
**Canada
Business
Network**

MEMBRE DU Réseau
**Entreprises
Canada**

MEMBRE DU Réseau
Entreprises Canada

MEMBER OF THE
**Canada Business
Network**

MEMBRE DU Réseau
Entreprises Canada

MEMBER OF THE
**Canada Business
Network**

MEMBRE DU Réseau
Entreprises Canada

MEMBER OF THE
**Canada Business
Network**

MEMBRE DU Réseau
**Entreprises
Canada**

MEMBER OF THE
**Canada
Business
Network**

MEMBRE DU Réseau
**Entreprises
Canada**

MEMBER OF THE
**Canada
Business
Network**

Utilisation

L'identificateur est en fait un sceau, une accréditation du Réseau Entreprises Canada. Par ce symbole, les utilisateurs reconnaissent que le membre en question est un membre accrédité du Réseau, et qu'il constitue une source fiable de renseignements.

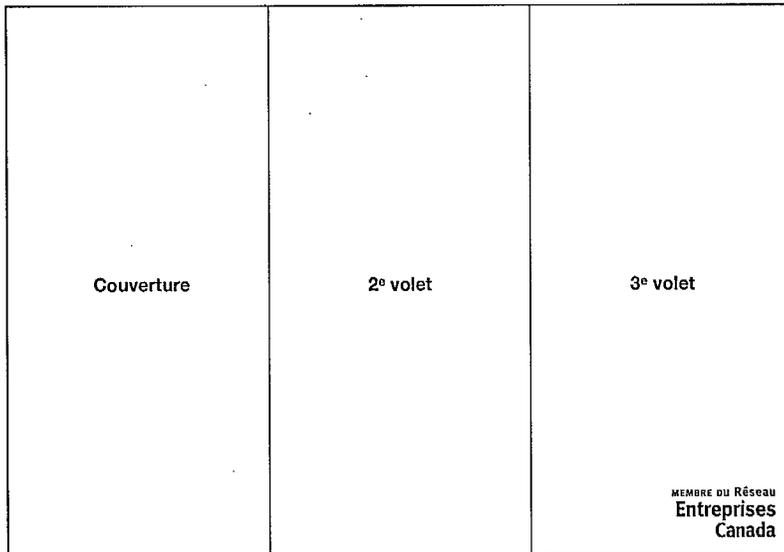
Une version graphique de l'identificateur a été élaborée pour les outils présentant de grandes surfaces d'impression. Des lignes directrices relatives à son utilisation en ligne seront publiées séparément, dans un document portant sur les normes Internet. Pour de plus amples renseignements, écrivez à l'adresse suivante : HUDON.LARRY@IC.GC.CA.

Une version textuelle a été élaborée pour les outils présentant de petites surfaces d'impression. Plusieurs modèles de disposition sont offerts pour accommoder les divers formats.

Les versions bilingues doivent être utilisées sur les outils bilingues seulement. Lorsque l'outil est bilingue, mais qu'il est disposé en tête-à-tête, les versions unilingues respectives doivent être utilisées de chaque côté.

L'identificateur Réseau Entreprises Canada vise à établir un lien visuel entre les centres de services d'Entreprises Canada ainsi que d'autres partenaires et l'initiative Entreprises Canada.

Volet imprimé



Paul Cullington
Gestionnaire de projet

Tél. : (613) 444-5555
Téloc. : (613) 555-4444
p.cullington@mail.com

1101, rue Gregory
Ottawa (Ontario) F4R 3E3

MEMBRE DU Réseau
Entreprises
Canada

Info entreprises

MEMBRE DU Réseau
Entreprises
Canada

Centre de services d'Entreprises Canada

MEMBRE DU Réseau
Entreprises
Canada

Utilisation et disposition

Dépliant

Pour un dépliant bilingue tête-à-tête, l'identificateur devrait paraître dans le coin inférieur droit du dernier volet. Si le dépliant est unilingue, l'identificateur devrait paraître dans la moitié inférieure du volet arrière.

Carte de visite

Étant donné la surface d'impression réduite que comporte la carte de visite, il serait préférable d'utiliser la version texte plutôt que la version graphique de l'identificateur.

Bulletin d'information

Lorsqu'une mise en pages requiert que plusieurs logos figurent aux côtés de l'identificateur Réseau Entreprises Canada, nous recommandons l'utilisation de la version texte. L'identificateur ne se place jamais devant un identificateur ministériel, ni devant le mot-symbole « Canada ». Il occupera souvent le troisième ou le quatrième rang, derrière l'identificateur provincial ou territorial, ou l'identificateur de l'organisme promu par l'outil de communication.

Enseigne

L'identificateur devrait paraître dans le coin droit, inférieur ou supérieur, de l'enseigne.



La valeur « x » est proportionnelle à la hauteur de la lettre « C » du mot « Canada »

x
Canada



MEMBRE DU Réseau
Entreprises
Canada

— 16 mm min. —

Meta Bold (FontFont™)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&*0

Zone tampon

Pour conserver la lisibilité de l'identificateur, la zone se trouvant directement autour de celui-ci doit être libre de tout autre élément. La zone tampon doit, au minimum, équivaloir à la mesure de la hauteur de la lettre « C » du mot « Canada ».

Taille

La taille minimale de l'identificateur graphique doit être de 25 mm de hauteur. La taille minimale de l'identificateur textuel doit être de 16 mm de hauteur.

Typographie

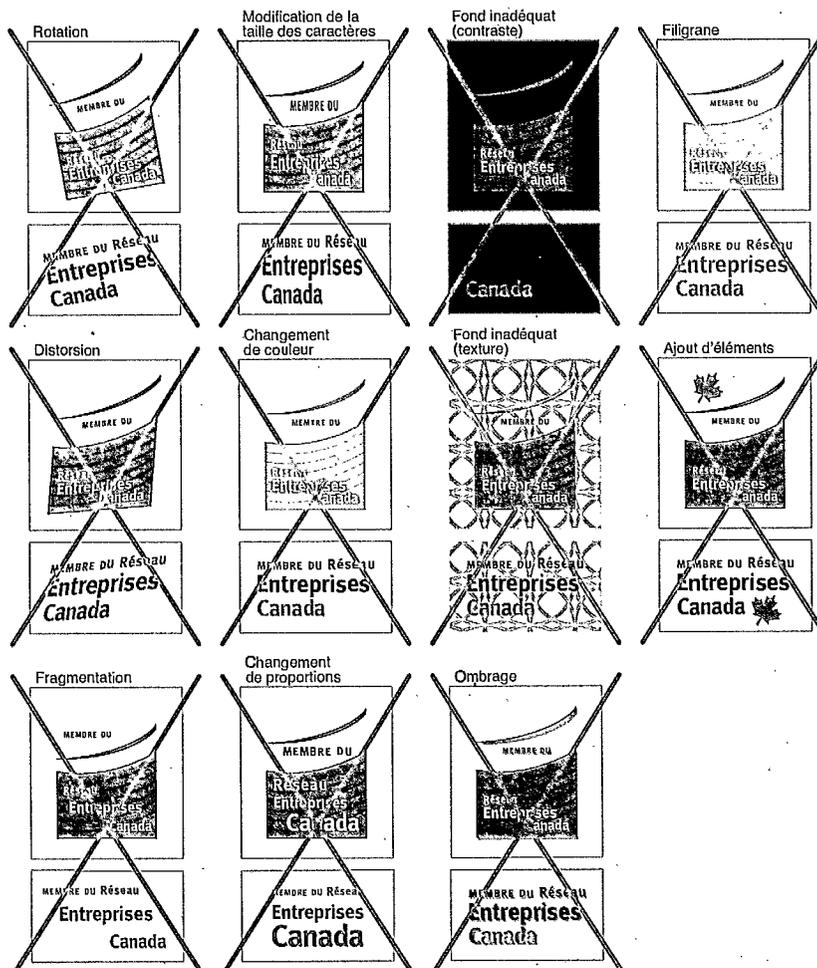
La fonte utilisée est Meta Bold (FontFont™, Mac ou PC). Il est important d'utiliser les versions électroniques officielles offertes (en anglais seulement) à hercules.cbsc.org (nom d'utilisateur : cbsc, mot de passe : business) ou celles fournies sur le disque du matériel graphique d'Entreprises Canada dans les formats suivants : .eps, .tif, .bmp ou .jpg. Seul le format .eps peut être agrandi indéfiniment. C'est d'ailleurs le format le plus couramment utilisé par les graphistes.



Couleurs

Sur les outils en couleurs, le mot « Canada » doit être en rouge et le mot « Entreprises », en noir. Sur les outils en noir et blanc, le texte doit être entièrement noir ou entièrement blanc, lorsque renversé.

Le noir tramé à 40 p. 100 est utilisé pour le fond gris de la version en noir et blanc de l'identificateur graphique.



Exemples de mauvaise utilisation (uniformité)

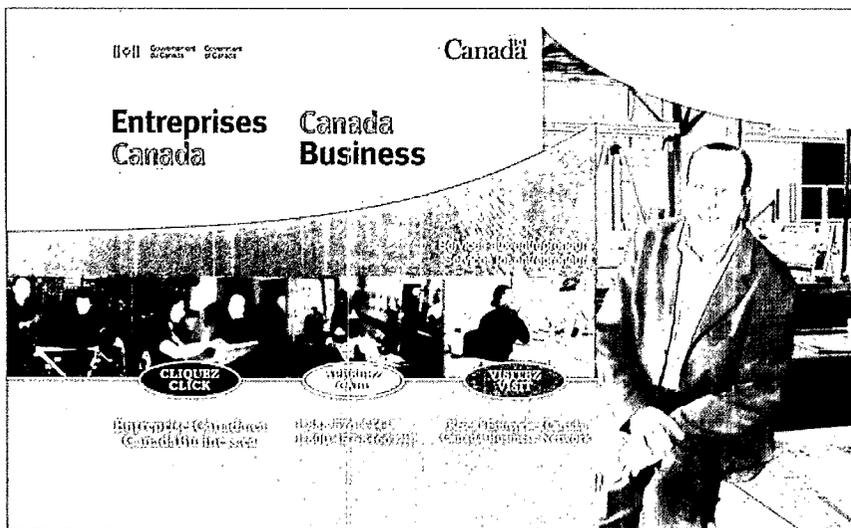
Dans le but d'uniformiser l'utilisation de l'identificateur, voici les grandes lignes à suivre :

- Pour remplir efficacement sa fonction, l'identificateur Réseau Entreprises Canada doit être utilisé avec rigueur et uniformité.
- Ne tentez pas de recréer l'identificateur. Utilisez plutôt les modèles électroniques mis à votre disposition.

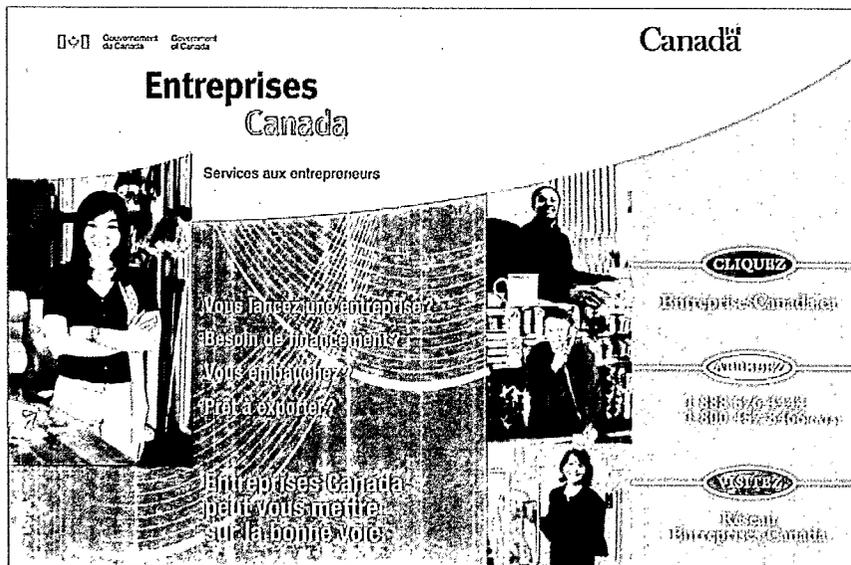
Ces règles de base s'appliquent tant à la version graphique qu'à la version textuelle de l'identificateur.

5 – Applications

Volet imprimé



Stand à quatre panneaux — 149,25 sur 90 po (379,1 sur 228,6 cm)



Carte postale — 7,5 sur 5 po (19,1 sur 12,7 cm)

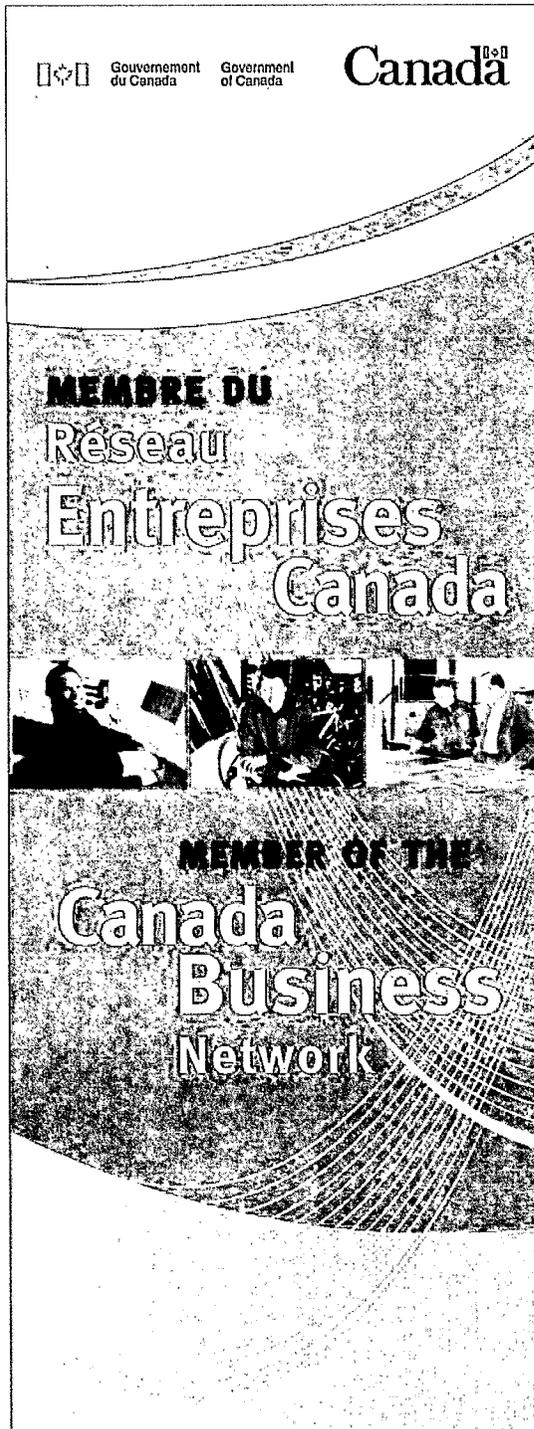
Applications graphiques courantes

Stand à quatre panneaux

Le stand a été conçu pour être utilisé lors d'événements nationaux ou lorsque le Réseau Entreprises Canada est représenté dans son intégrité. Il peut également être utilisé par les centres de services d'Entreprises Canada et les autres parties intéressées à Entreprises Canada lorsqu'il représente le Réseau en entier.

Carte postale

La carte postale est offerte aux fins de distribution. Les demandes d'exemplaires peuvent être faites par courriel (csec@ic.gc.ca).

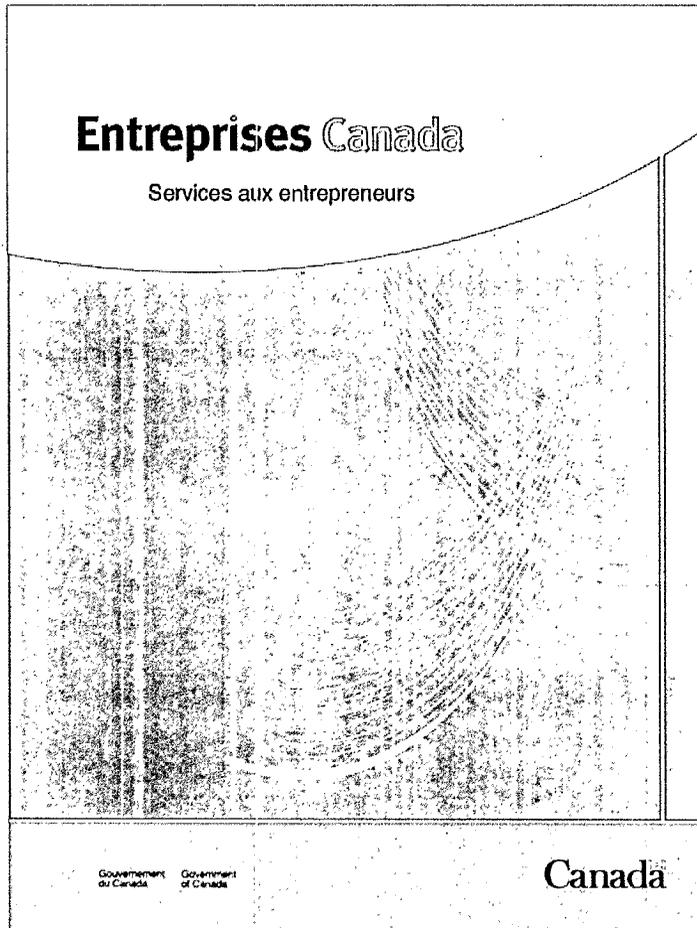


Stand portable à enroulement Parapost — 33,5 sur 90,5 po (85,09 sur 229,87 cm)

Applications graphiques courantes (suite)

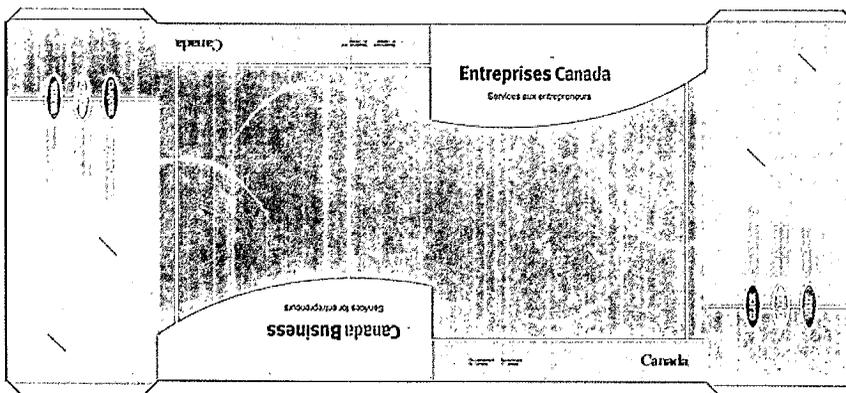
Stand portable à enroulement Parapost

Le stand Parapost a été conçu pour les centres de services d'Entreprises Canada en vue d'une utilisation conjointe avec leur propre stand afin de marquer leur appartenance à un réseau national. Il est également destiné à un affichage sur place dans les centres de services, particulièrement pendant les événements majeurs afin de renforcer le lien au Réseau.



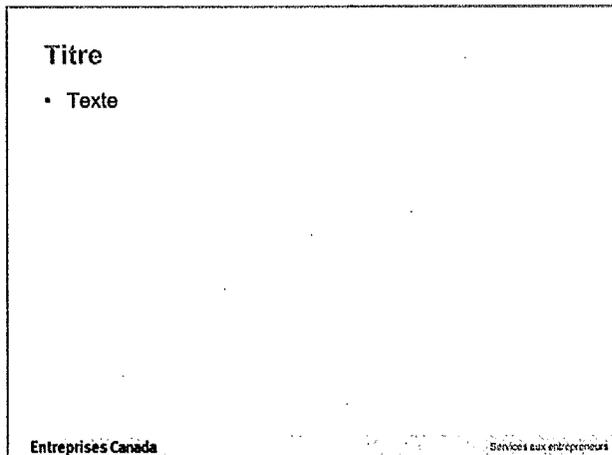
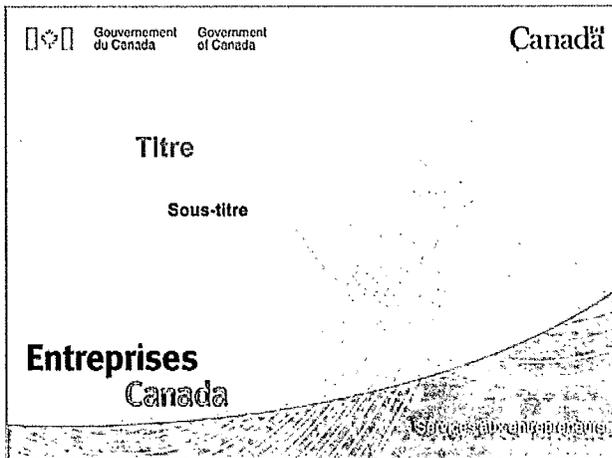
Applications graphiques courantes
(suite)

Trousse de renseignements



Trousse de renseignements — 9 sur 12 po (22,86 sur 30,48 cm)

Volet multimédia



Présentation PowerPoint

Applications graphiques courantes

Présentation PowerPoint

