



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

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 .

- 4 Mandat
- 5 Positionnement du Conseil
- 6 Attributs de la personnalité
- 7 Logo
- 13 Caractère du logo
- 15 Palette de couleurs
- 17 Usage incorrect du logo

Mandat

Le Conseil des arts du Canada est une société d'État fédérale créée par une Loi du Parlement, en 1957 afin de « promouvoir et de favoriser l'étude et la diffusion des arts, ainsi que la production d'œuvres d'art ». Le Conseil offre une vaste gamme de services et de subventions aux artistes et organismes artistiques professionnels canadiens œuvrant en musique, en théâtre, en lettres et édition, en arts visuels, en arts médiatiques et en arts intégrés. Le Conseil s'efforce aussi d'accroître la sensibilisation du public envers les arts, grâce à ses activités de communications, de recherche et de promotion des arts.

Positionnement

L'énoncé de positionnement de la marque sert de point de départ pour toute activité de communication. Cet énoncé découle du mandat de l'organisme et du Plan stratégique (dans le cas du Conseil, *le Plan stratégique 2011-2016, Resserrer les liens*). L'énoncé de positionnement n'est pas conçu pour servir de slogan promotionnel, mais davantage pour informer et influencer les communications.

L'énoncé de positionnement du Conseil est :

« Enrichir la vie des Canadiens et des
Canadiennes en appuyant une scène
artistique vigoureuse et
diversifiée »

Attributs de la personnalité

Les attributs de la personnalité illustrent les valeurs de l'organisme ainsi que la gamme et la portée de ses activités. Certains d'entre eux sont bien établis, d'autres sont des qualités auxquelles nous aspirons en tant qu'organisme public. Les principaux attributs de la personnalité, soit « vivant, ouvert et branché », peuvent être mieux définis comme suit :

Vivant

Progressif
Dynamique
Source d'inspiration
Diversifié
Novateur
Vigoureux

Ouvert

Réceptif
Impartial
Collaboratif
Accessible
Transparent
Inclusif
Émetteur de messages
et d'objectifs clairs

Branché

Pertinent
Expérimenté
Actuel
Digne de confiance
Partenaire
Informé
Leadership
Constant

Ces attributs sont surtout utilisés comme guide de référence. Les activités de communication, qu'il s'agisse de publicité, du site Web, de discours ou d'événements publics, peuvent être à la fois planifiées et évaluées en fonction de ces attributs.

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.



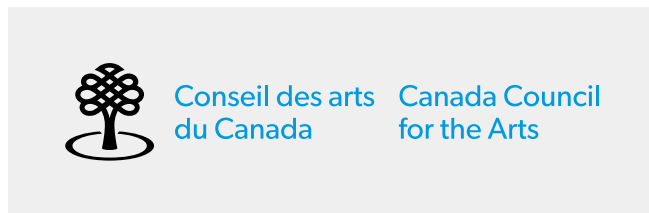
Couleurs	Pantone	C	M	Y	K	R	G	B	HEX
Couleurs principales									
● Bleu Conseil	2925 U	70%	30%	0	0	0	154	221	009ADD
● Noir	Black U	0	13	49	98	38	38	38	262626

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.

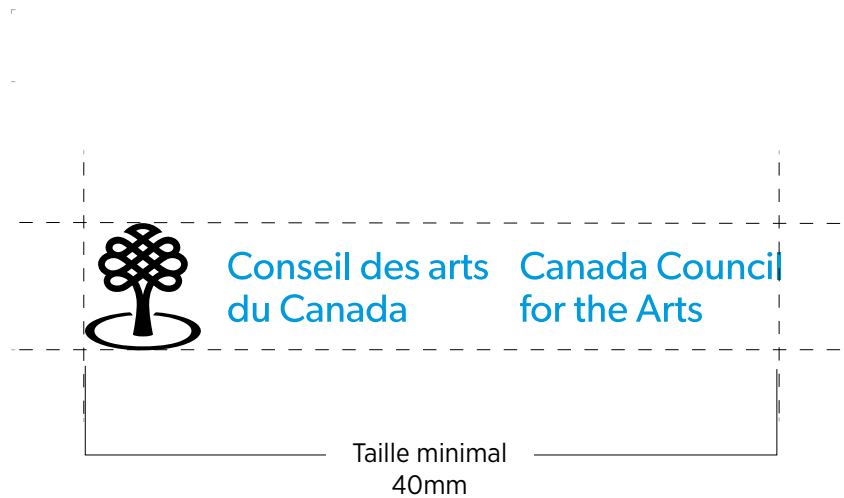


La proportion de cet espace minimal doit être maintenue lorsque le logo est agrandi ou réduit.

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!@#\$%^&*()

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	0	154	221	009ADD	
●	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

