



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

Apprenez à nous connaître.

Lignes directrices sur l'image de marque

Introduction

Le présent document énonce nos lignes directrices régissant notre image de marque. Le respect de ces lignes directrices est essentiel pour que l'identité publique du Conseil des arts du Canada soit uniforme et professionnelle.

- 4 Attributs de la personnalité
- 5 Logo
- 12 Typographie
- 16 Signature
- 18 Couleurs

Attributs de la personnalité

Notre image de marque va au-delà du simple logo. Elle symbolise notre expérience, reflète notre personnalité et communique nos valeurs.

Le Conseil des arts du Canada se veut « vibrant, ouvert et branché ». Pour correspondre à l'image de marque du Conseil, tout message ou produit doit être empreint des qualités suivantes :

Vibrant

Tourné vers l'avenir

Dynamique

Inspirant

Diversifié

Novateur

Crucial

Ouvert

Réceptif

Impartial

Collaboratif

Accessible

Transparent

Inclusif

Clair dans le message
et l'objectif

Branché

Pertinent

Expérimenté

Actuel

Digne de confiance

Partenaire

Informé

Leadership

Constant

Logo

Notre logo doit occuper une place de choix dans nos communications. Pour nos diverses communautés et parties intéressées, notre logo est l'expression la plus visible de notre organisme, de nos employés et de notre marque. À ce titre, il revêt pour nous une grande valeur et doit être utilisé de façon uniforme et selon les normes officielles prescrites.

Variations du logo

Le logo du Conseil des arts du Canada se décline en deux versions bilingues : l'anglais en premier (à gauche) et le français en premier (à gauche).



Canada Council
for the Arts

Conseil des arts
du Canada



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

Variations des couleurs du logo

La variante de couleur à privilégier est le noir et bleu « Conseil ». Lorsque la couleur ou l'impression empêchent l'utilisation de cette variante, on peut utiliser une version entièrement noire ou son « négatif » équivalent blanc. Le logo peut se superposer sur un fond de couleur, une illustration ou une photographie, pour autant qu'il reste complet et lisible.



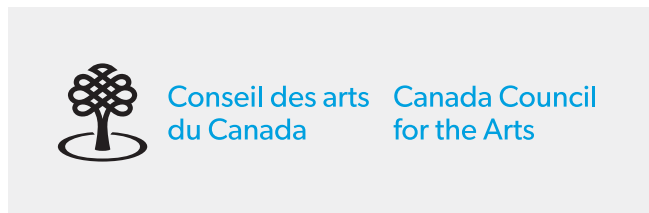
Couleur	Pantone	C	M	J	N	R	V	B	HEX
Palette principale									
● Bleu « Conseil »	299 u	78	29	0	0	0	154	221	009ADD
● Noir	Noir u	60	40	40	100	17	17	17	111111

Fonds de couleurs possibles

Voici quelques exemples possibles du logo sur fond de couleur unie. La version « positive » du logo (arbre et signature d'une autre couleur que le blanc) se démarque mieux sur un fond blanc ou gris pâle.



Sur fond blanc



Sur fond pâle



Blanc sur fond noir



Blanc sur fond de couleur

Espace de dégagement

Afin de maximiser son impact visuel, le logo doit toujours être entouré d'un espace de dégagement. Les carrés marqués d'un X représentent l'espace de dégagement minimal à respecter pour que le logo soit mis en valeur et qu'il se distingue des autres graphiques.

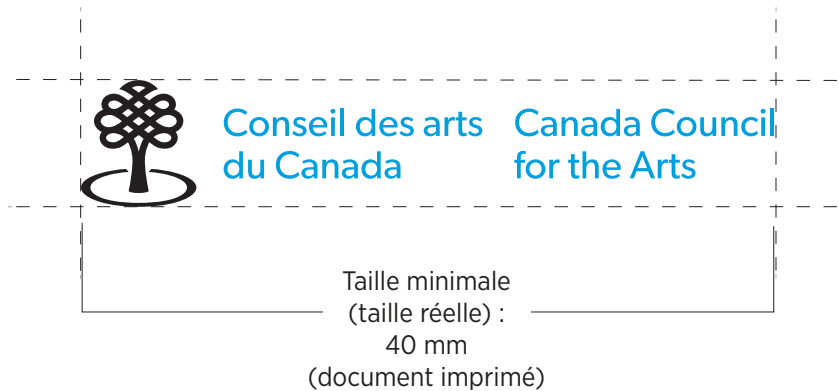


Il est important de conserver les proportions de l'espace de dégagement lorsqu'on redimensionne le logo.

Taille

Impression

Pour assurer la lisibilité du logo dans les publications imprimées, il est important de respecter une largeur minimale de **40 mm**.



Web

Pour assurer la lisibilité du logo dans les publications numériques, il est important de respecter une largeur minimale. La largeur du symbole ne devrait jamais être inférieure à **200 pixels**.

Largeur minimale de 40 mm



Utilisation incorrecte du logo

Il est interdit de modifier le logo ou de tenter de le créer soi-même. Afin de garantir une reproduction correcte et uniforme, toujours utiliser la version électronique approuvée du logo. Pour en savoir plus sur la façon de reconnaître le soutien du Conseil des arts du Canada ou pour télécharger le logo, consultez la page [Logos et note de reconnaissance](#) de notre site web.

À ne pas faire

1. Ne pas étirer ou déformer le logo.
2. Ne pas changer la couleur du logo.
3. Ne pas utiliser l'arbre seul.
4. Ne pas changer la disposition du lettrage.
5. Ne pas changer le rapport de proportion entre le symbole et le lettrage.
6. Ne pas changer la police du logo.
7. Ne pas ajouter d'effet au logo.
8. Ne pas superposer le logo sur un fond à motif.
9. Ne pas créer de version unilingue du logo.
10. Ne pas séparer ou modifier de composante du logo.



Typographie

Notre typographie contribue à établir un ton cordial et clair dans nos communications. De la conception de nos différents produits au formatage de nos communications internes, chaque détail compte pour l'établissement de notre voix. Les normes qui suivent assurent la constance tout en laissant une certaine marge de manœuvre.

Police de caractère du logo

Dans le logo, nous utilisons la police Gibson, un caractère linéal dont le tracé est simple, clair et lisible. Elle a été conçue par le graphiste canadien Rod McDonald en l'honneur de John Gibson (1928-2011), l'un des fondateurs de la [Designers graphiques du Canada \(GDC\)](#).

Canada Type verse tous les revenus découlant de ses ventes à la GDC, qui les donne à divers programmes pour l'avancement des arts créatifs et la formation en graphisme au Canada.

Gibson



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

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

Police de caractères d'imprimerie

Notre police principale est Gotham Narrow. Différentes épaisseurs de Gotham Narrow sont utilisées par le service des Communications marketing selon le type de communications ou de textes (en-tête, corps du texte, sous-titre).

Gotham Narrow Medium

Aa

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

Gotham Narrow Book

Aa

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

Gotham Narrow Light

Aa

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

Police de caractère secondaire

Notre police secondaire est Arial. Arial ne sert que lorsque notre police principale n'est pas disponible : les présentations PowerPoint et les documents créés dans Microsoft Word ou Excel, comme des lettres et des notes.

Arial Regular

Aa

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

Arial Bold

Aa

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

Signature

Notre signature, qui annonce notre marque, figure sur tous nos documents organisationnels. Nous recommandons son utilisation dans toute publication.

Signature

Notre signature se décline en deux versions bilingues. La première se destine aux documents organisationnels et apparaît sur notre papier à en-tête et d'autres supports similaires. La seconde convient aux communications et aux documents promotionnels.

Version organisationnelle, français en premier
(bleu « Conseil » au-dessus de noir)

L'art au cœur de nos vies
Bringing the arts to life

Version communications (noir)

L'ART
AU CŒUR DE NOS VIES

BRINGING
THE ARTS TO LIFE

Version organisationnelle, anglais en premier
(bleu « Conseil » au-dessus de noir)

Bringing the arts to life
L'art au cœur de nos vies

Version communications (bleu « Conseil »)

L'ART
AU CŒUR DE NOS VIES

BRINGING
THE ARTS TO LIFE

Couleurs

La palette de couleurs utilisée pour communiquer notre image de marque est à la fois accessible et vivante. Qu'on l'applique au texte, aux éléments graphiques ou encore en combinaison à une photographie, la couleur influence le ton et le style d'une publication.

Palette de couleurs

La palette principale du Conseil des arts comprend des couleurs dynamiques et neutres qui se complètent bien. Toutes les combinaisons sont permises, pourvu que l'intégrité de la marque ne soit pas compromise.

	Palette de couleurs	Pantone	C	M	J	N	R	V	B	HEX
Palette principale										
●	Bleu « Conseil »	299 u	78	29	0	0	0	154	221	009ADD
●	Noir	Black u	60	40	40	100	17	17	17	111111
○	Blanc	—	0	0	0	0	255	255	255	FFFFFF
○	Gris pâle 1	PMS 7544 u	42	30	24	0	219	223	232	DBDFE8
○	Gris pâle 2	PMS 7543 u	33	22	18	0	243	245	251	F3F5FB
○	Blanc cassé 1	PMS 7541 u	12	6	7	0	242	243	244	F2F3F4
○	Blanc cassé 2	Cool Gray 1 u	14	11	12	0	246	246	246	F6F6F6
●	Gris foncé 1	PMS 7547	69	59	48	28	63	66	69	3F4245
●	Gris foncé 2	PMS 7546	63	49	41	12	87	91	97	575B61
●	Gris foncé 3	PMS 7544	42	30	24	0	115	121	132	737984
●	Fard à joues	PMS 675 u	24	75	20	0	182	71	119	B64777
●	Stratosphère	PMS 2905 u	43	8	1	0	130	212	255	82D4FF
●	Bois bleu	PMS 548 u	80	56	42	19	55	77	98	374D62
●	Azur	PMS 3005 u	90	49	0	0	32	116	177	2074B1
Palette secondaire										
●	Gerbe d'or	461 u	7	7	44	0	250	214	123	FAD67B
●	Liège	7503 u	39	37	60	5	168	142	107	A88E6B

Logos et note de reconnaissance

Si vous avez reçu une subvention ou un prix du Conseil des arts du Canada, répandez la nouvelle. Quand vous reconnaissez notre soutien, vous témoignez de la qualité de votre œuvre. Cela nous aide aussi à faire connaître la valeur publique des arts et de son financement.

Pour plus d'information à ce sujet ou pour consulter notre répertoire de logos en ligne :

conseildesarts.ca/marque

