



CANADA 

**Logo
consommateur
officiel**

Tout comme notre magnifique pays, notre logo est unique. En fait, le type de caractères a été créé sur mesure et est toujours accompagné du symbole le plus emblématique du Canada: la feuille d'érable. Le logo rouge sur fond blanc évoque notre cœur, notre passion et notre fierté. Pour plus d'information sur l'utilisation de notre slogan et de notre logo, consultez la section 2.1.5.



CANADA 

**Logo
renversé**

Dans les cas où le logo officiel ne peut pas être utilisé, le logo renversé – blanc sur fond rouge – a la même force et peut être utilisé pour une lisibilité optimale.



**Logo avec
slogan anglais**

Le logo officiel avec le slogan «For Glowing Hearts» est utilisé pour les applications marketing. Le slogan exprime en mots le sentiment évoqué par le logo. C'est une double manifestation de la fierté canadienne qui illustre parfaitement la plateforme de la marque.





**Logo avec
slogan français**

Le logo officiel avec le slogan français «Le cœur grand ouvert» démontre que la fierté canadienne peut s'exprimer dans les deux langues officielles et l'importance de pouvoir s'adapter à des marchés distincts.



Petit
slogan
anglais



Anglais

**FOR
GLOWING
HEARTS**

Grand
slogan



Français

**LE CŒUR
GRAND
OUVERT**

Petit
slogan
français



Slogan bilingue
seulement

**LE CŒUR FOR
GRAND GLOWING
OUVERT HEARTS**

Grand
slogan



L'espace entre chaque
slogan correspond
à la largeur du «LE».

**LE CŒUR FOR
GRAND GLOWING
OUVERT HEARTS**

**Logo
avec
slogan**

Le logo avec slogan est disponible en versions française et anglaise, et chacune d'elle est proposée en deux tailles – l'une avec le slogan plus petit que le logo, et l'autre pour les cas où l'espace est restreint. Le slogan est alors de la même taille que le logo pour une lisibilité optimale.

**Slogan
seulement**

Le slogan peut être utilisé seul. Trois versions sont disponibles : unilingue anglaise, unilingue française et bilingue français-anglais. Dans la version bilingue, le français est toujours présenté en premier, et l'espace séparant les deux slogans correspond à la largeur du «LE» (du slogan «LE CŒUR GRAND OUVERT»).



Sur un fond rouge,
le logo doit être
de la même couleur
que le texte;
voyez l'exemple
à la section 2.5.3.



Sur une image, le logo doit
toujours être en rouge.



Logo sur fond rouge

Le rouge Canada est notre couleur principale et devrait être prédominant dans chacune de nos communications. Sur fond rouge, une des couleurs secondaires peut être utilisée pour le logo, à l'exception du noir.



Logo sur fond de couleur secondaire

D'autres couleurs peuvent être utilisées pour mettre de l'avant les couleurs des paysages canadiens au fil des saisons. Lorsqu'une couleur secondaire est utilisée pour le fond, le logo doit être en rouge. Le rouge Canada doit toujours prédominer. Voyez les autres couleurs disponibles à la section 2.3.1.

Logo



10 mm
0,4 po
28 px

Logo
avec slogan



20 mm
0,8 po
56 px

Petit logo
avec slogan



10 mm
0,4 po
28 px

Avatar



60 px

Favicône



16 px

Tailles minimales

Vous trouverez ci-dessus les tailles minimales des différents formats du logo. Veuillez noter que l'avatar et la favicône doivent être utilisés uniquement pour les plus petits formats web et qu'exceptionnellement ils ne sont pas accompagnés de la feuille d'érable.



Le logo doit être centré comme si la feuille d'érable n'en faisait pas partie: l'espace de protection doit être respecté de tous les côtés.



Le logo sans la feuille d'érable doit être utilisé dans les médias sociaux uniquement et être protégé par l'équivalent d'un carré aux quatre côtés. Attention au rognage automatique en rond à partir d'une image carrée.



Espace de protection

Le logo doit toujours être entouré d'un espace de protection minimal qui est exempt de tout autre élément visuel. La mesure de base à utiliser est un carré dont les côtés correspondent à la largeur du «C» dans notre logo. Pour le logo avec la feuille d'érable, l'espace de protection au-dessus et en dessous correspond à 1/2 carré, et à 2 carrés de chaque côté.



Ces applications sont destinées aux agences uniquement. Veuillez consulter la section 2.4.3 pour les applications commerciales.

①

Le logo officiel devrait toujours être aligné sur une marge.

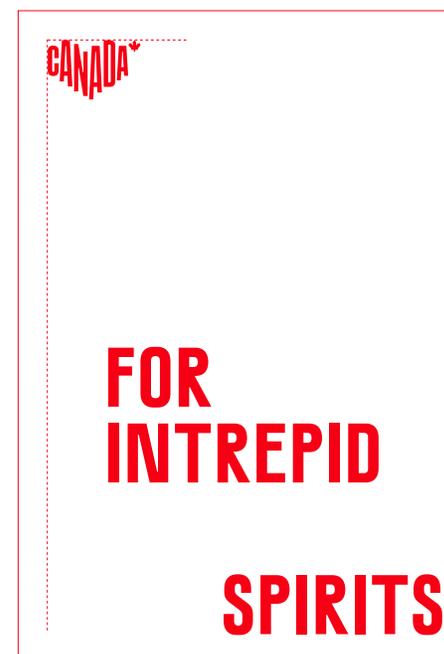
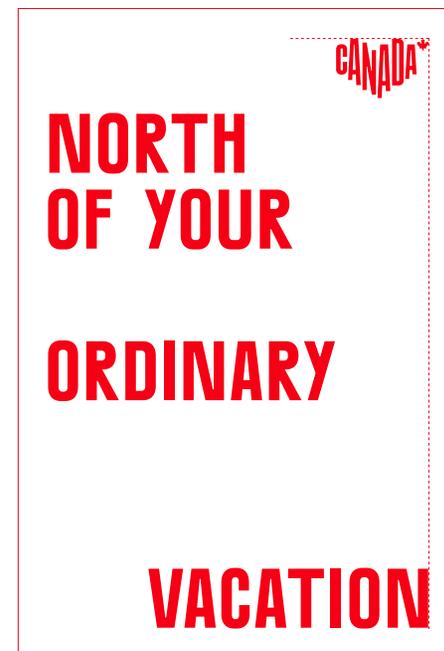
②

Lorsque la typographie constitue un élément visuel important d'un produit de communication, le logo doit être de la même hauteur que les lettres.



Emplacement du logo

Vous êtes libre de placer le logo à l'endroit le plus approprié. Cependant, il doit toujours être aligné sur une marge et être entièrement visible; et évidemment, l'espace de protection des marges de l'affiche doit toujours être respecté.





**N'y pensez
même pas**

1. Déformer le logo 2. Placer le logo en angle 3. Utiliser des effets spéciaux, comme une ombre portée 4. Changer les proportions 5. Modifier la langue du slogan 6. Utiliser une version avec contour seulement 7. Placer le logo sur un fond d'une teinte similaire ou qui détonne 8. Utiliser un fond avec motifs 9. Isoler le logo dans une boîte ou une forme 10. Placer le logo sur une image chargée.

