

DESTINATION CANADA ET LE CONSORTIUM DE DONNÉES TOURISTIQUES CANADIENNES

Normes visuelles des marques



Table des matières

1 Survol	3
2 Marque de Destination Canada	4
3 Marque du Consortium de données touristiques canadiennes	5
4 Association des marques de Destination Canada et du Consortium	11
Annexe	15

1 | Survol

Ce guide a pour objectif de préciser où et comment utiliser les marques de Destination Canada (DC) et du Consortium de données touristiques canadiennes (CDTC).

Pour des directives détaillées sur l'utilisation du logo de DC (institutionnel) et du logo consommateur (marketing), consultez notre [guide de marque](#) en ligne.

LOGO INSTITUTIONNEL DE DC



LOGO DU CDTC



LOGO CONSOMMATEUR (MARKETING)



2 | Marque de Destination Canada

L'image de marque des documents de l'équipe des Renseignements et de l'analytique relève de la marque institutionnelle de DC. La marque de DC doit toujours avoir le rôle principal, le CDTC agissant comme une marque connexe sous la bannière de DC.

Pour des directives détaillées sur l'utilisation conjointe des marques de DC et du CDTC, consultez la [section 4 du présent guide](#).

Le saviez-vous?

Il n'est pas obligatoire d'apposer le logo consommateur de DC sur les documents de recherche, mais il peut être utilisé si les documents font référence à nos efforts de marketing ou à un marché particulier.



Logo institutionnel

DC utilise ce logo pour toutes ses applications institutionnelles.



Logo institutionnel principal, en couleur



Logo institutionnel, blanc (sur un fond rouge)

Palette de couleurs institutionnelles

La couleur principale de l'image de marque institutionnelle est le rouge drapeau canadien. Les couleurs secondaires sont le blanc et le noir.

Rouge drapeau
canadien

HEX E60013
R230 G0 B19
C0 M100 Y100 K0

Blanc

Noir

Polices institutionnelles

POLICE PRINCIPALE

Canada Bold est la principale police de la marque. Elle est réservée aux titres principaux ou aux titres de section. Elle ne doit pas être utilisée pour des phrases ou des paragraphes plus longs. La police n'est offerte qu'en majuscules et ne doit jamais être mise en italique.

ABCDEFGHIJ

Canada Bold

POLICES SECONDAIRES

La police Suisse Int'l est offerte dans une variété de graisses et de langues. La police Suisse Int'l gras est souvent utilisée pour les titres, tandis que Suisse Int'l régulier est souvent utilisée dans le corps du texte.

abcdefg

Suisse Int'l gras

abcdefg

Suisse Int'l régulier

Lorsque Suisse Int'l n'est pas offerte, utilisez Arial comme police secondaire.

abcdefg

Arial gras

abcdefg

Arial régulier

3 | Marque du Consortium de données touristiques canadiennes

La marque du CDTC est une filiale de la marque institutionnelle de DC. Elle possède son propre logo et ses propres couleurs et polices de caractères. Toutefois, ces éléments de marque doivent seulement être utilisés dans des scénarios précis afin d'assurer une communication optimale des données et des renseignements. Des tests ont été effectués sur différentes plateformes pour vérifier que ces éléments de marque répondent à des normes d'accessibilité spécifiques et s'intègrent à la marque institutionnelle de DC.

En anglais?

Toutes les versions du logo du CDTC sont offertes en anglais et en français.



Logo du CDTC

Le logo contient 13 segments pour représenter les 13 provinces et territoires du Canada, qui s'unissent collectivement.

LOGO HORIZONTAL



Logo principal

LOGO SUPERPOSÉ



Logo principal



Logo principal, blanc (sur un fond rouge)



Logo principal, blanc (sur un fond rouge)



Logo principal, inversé (sur un fond rouge foncé)



Logo principal, inversé (sur un fond rouge foncé)

Palette de couleurs pour la visualisation des données du CDTC

Cette palette de couleurs est principalement utilisée pour la visualisation des données, mais peut également être utilisée pour certains éléments de la marque du CDTC. Elle peut être divisée en quatre catégories : les couleurs primaires, secondaires, tertiaires et complémentaires. Les couleurs primaires doivent toujours avoir la priorité, les autres catégories étant utilisées au besoin en fonction des données visualisées.

PALETTE PRIMAIRE

Cette palette doit être la principale référence pour toutes les exigences relatives aux couleurs. Si les exigences vont au-delà de ces couleurs, il est possible d'utiliser des couleurs de la palette secondaire.

	Rouge drapeau canadien #E60013 R230 G0 B19	<i>Couleur réservée à la marque, ainsi qu'aux valeurs négatives et au sentiment d'urgence.</i>		Gris très foncé #343C42 R52 G60 B66	
	Bleu sarcelle très foncé #04383F R4 G56 B63	<i>Couleur à utiliser principalement pour les remplissages plus importants (p. ex., entêtes ou pieds de page).</i>		Gris moyen #4F5B62 R71 G91 B98	
	Bleu sarcelle foncé #064A54 R6 G74 B84			Gris ciel foncé #697983 R105 G121 B131	
	Bleu sarcelle primaire #075D69 R7 G93 B107	<i>Couleur bleu sarcelle par défaut, utilisée pour les données mises en évidence.</i>		Gris ciel #8397A4 R131 G151 B164	<i>Couleur utilisée pour les données qui ne sont pas mises en évidence.</i>
	Bleu sarcelle doux #387E87 R56 G126 B135			Brume #F3F6F8 R243 G246 B248	<i>Couleur ne respectant pas le niveau de conformité AA contre le blanc. À utiliser seulement comme couleur de fond subtile.</i>

PALETTE SECONDAIRE

L'objectif de cette palette est de combler les lacunes de la palette primaire.

	Crépuscule #9193A7 R145 G147 B167		Vert sauge #799B90 R121 G155 B144		Bleu ciel #5C93B8 R92 G147 B184
---	--	---	--	---	--

PALETTE TERTIAIRE

Cette palette peut être utilisée lorsque toutes les autres couleurs de la page précédente ont été épuisées. Là encore, elle ne doit pas être utilisée seule.

	Vieux rose #AE707B R174 G112 B123		Vert mousse doré #A6902E R166 G144 B46
---	--	---	---

PALETTE COMPLÉMENTAIRE

Cette palette peut être utilisée lorsque toutes les autres couleurs de la page précédente ont été épuisées. Là encore, elle ne doit pas être utilisée seule.

	Rose sauvage #9E4454 R158 G68 B84		Mauve foncé #7B739D R123 G115 B157		Bleu océan #1F74AB R31 G116 B171
	Vert prairie #52926D R82 G146 B109		Orange automnal #CB6F3C R203 G111 B60		

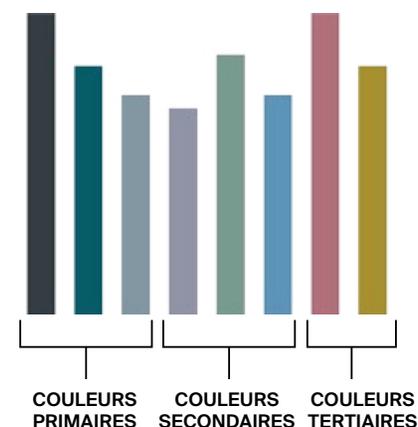
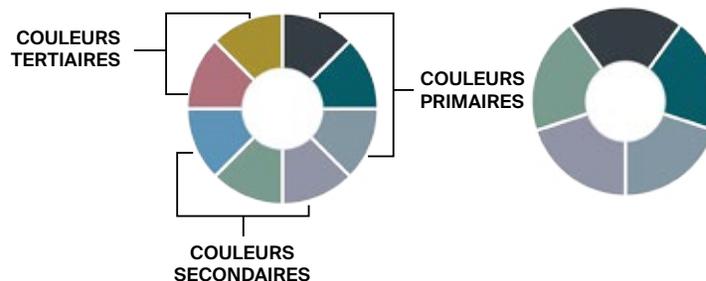
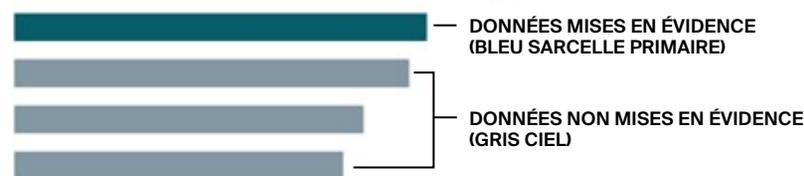
Couleurs accessibles

Une palette de couleurs accessible est essentielle pour permettre aux personnes ayant des capacités visuelles différentes d'utiliser et de comprendre le contenu sans difficulté.

Sauf indication contraire, toutes les couleurs des pages 5 et 6 sont conformes au niveau AA des [Règles pour l'accessibilité des contenus Web \(WCAG 2.1\)](#) lorsqu'elles sont placées contre du blanc pur. Cette conformité ne peut être garantie contre aucune autre couleur. Nous devrions viser un rapport de contraste minimal de 3:1 pour toutes les couleurs utilisées dans les visualisations afin de respecter les WCAG 2.1 de niveau AA.

Lorsque vous combinez les couleurs de différentes palettes, faites preuve de discernement pour conserver le contraste visuel et la clarté des données présentées.

Exemples de catégories de couleurs



					
BLEU SARCELLE	VERT PRAIRIE	VERT SAUGÉ	VIEUX ROSE	ROSE SAUVAGE	ROUGE DRAPEAU CANADIEN
Très au-dessus de la cible (Valeur = excellente)	Au-dessus de la cible (Valeur = très bonne)	Cible atteinte (Valeur = bonne)	En dessous de la cible (Valeur = faible)	Très en dessous de la cible (Valeur = extrêmement faible)	Élément urgent ou critique

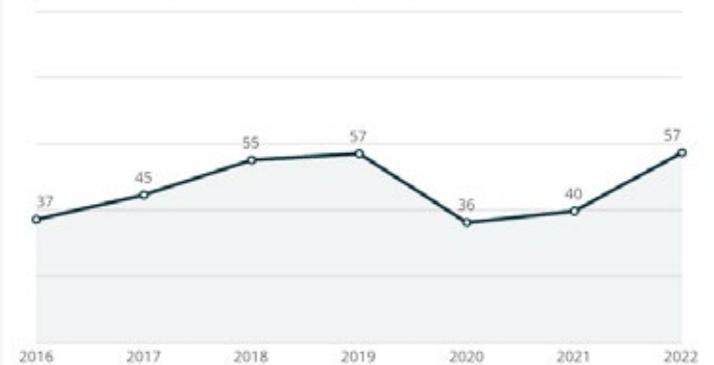
Exemples de couleurs pour la visualisation des données du CDTC

Ces exemples montrent principalement la palette de couleurs primaires du CDTC.

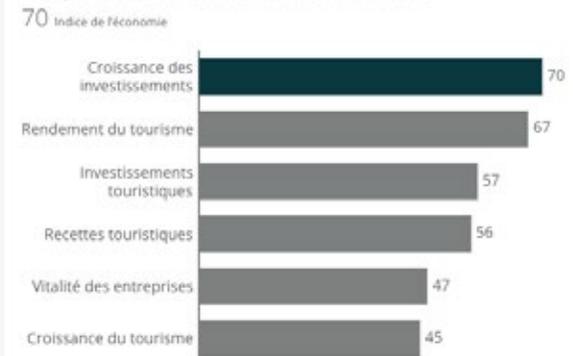
Comparaisons annuelles de l'indice économique et de ses catégories - 2022
Valeurs de l'année sélectionnée et comparaison avec l'année précédente



Évolution de l'indice de l'économie au fil du temps



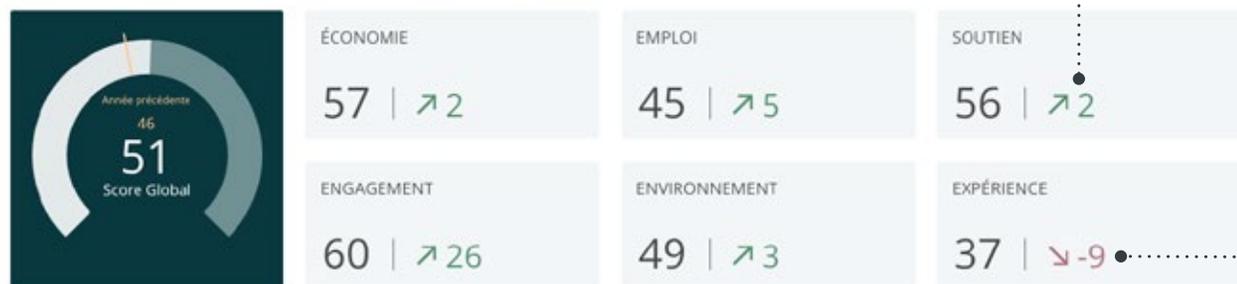
Composition de l'indice de l'économie - 2019



Exemples de couleurs pour la visualisation des données du CDTC

Dans ces exemples, des couleurs secondaires, tertiaires et complémentaires viennent compléter la palette de couleurs primaires du CDTC.

Comparaisons annuelles des principaux indices - 2019



Notez que les teintes froides (vert) sont utilisées pour les valeurs positives, tandis que les teintes chaudes (rouge) sont utilisées pour les valeurs négatives.

LE TOURISME EST SOURCE DE PROSPÉRITÉ ET DE BIEN-ÊTRE POUR LE CANADA DANS SON ENSEMBLE ET ENRICHIT LA VIE DE NOS INVITÉS.

ÉCONOMIE	EMPLOI	SOUTIEN	ENGAGEMENT	ENVIRONNEMENT	EXPÉRIENCES
Vitalité des entreprises touristiques	Création d'emplois touristiques	Préparation numérique	Ouverture des communautés	Empreinte environnementale	Coût des voyages
Diversité des entreprises touristiques	Diversité des emplois touristiques	Qualité de vie	Représentation culturelle	Ressources environnementales	Produits touristiques
Croissance du tourisme	Disponibilité des emplois touristiques	Services et infrastructures touristiques	Dynamisme culturel	Tourisme durable	Image de marque
Rendement du tourisme	Croissance des emplois touristiques	Réseaux de transport	Ressources culturelles		Expérience des visiteurs
Croissance des investissements dans le tourisme	Attrait de l'industrie touristique	Écosystème d'affaires			Demande touristique
Investissements dans le tourisme		Ouverture internationale			
Revenues touristiques					

Diagramme en rayons de soleil des sous-indices par catégorie - 2022



Polices du CDTG pour les visualisations

La disponibilité et la personnalisation des polices sont limitées pour les produits de données utilisés par le CDTG. Pour assurer la cohérence du contenu intégré, nous recommandons d'utiliser les polices Open Sans ou Avenir Next pour tout texte ou contenu intégré dans le site Web à partir de Domo ou d'ArcGIS (et de toute autre plateforme à venir).

POLICE POUR LA VISUALISATION (DOMO)

Open Sans

Light 300

Canada

Medium 500 italique

Canada

Light 300 italique

Canada

SemiBold 600

Canada

Regular 400

Canada

SemiBold 600 italique

Canada

Regular 400 italique

Canada

Bold 700

Canada

Medium 500

Canada

Bold 700 italique

Canada

ExtraBold 800

Canada

ExtraBold 800 italique

Canada

POLICE POUR LA VISUALISATION (ArcGIS)

Avenir Next

Ultra Light

Canada

Ultra Light italique

Canada

Regular

Canada

Regular italique

Canada

Medium

Canada

Medium italique

Canada

Demi Bold

Canada

Demi Bold italique

Canada

Bold

Canada

Bold italique

Canada

Heavy

Canada

Heavy italique

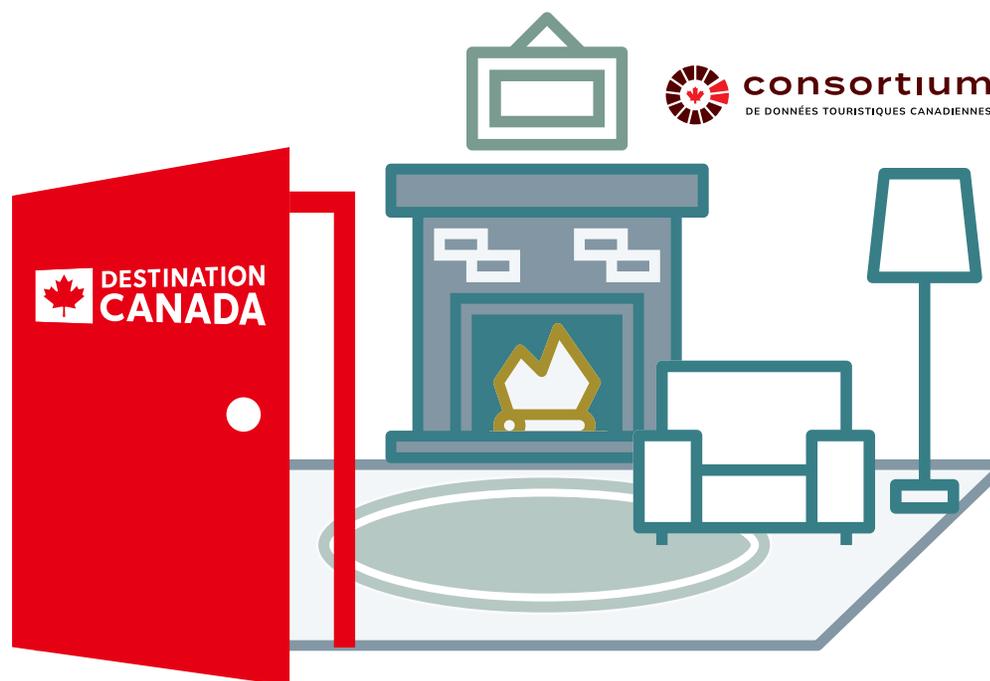
Canada

4 | Association des marques de Destination Canada et du Consortium

La plupart du temps, la marque du CDTC sera utilisée en combinaison avec celle de DC. Cette section décrit la meilleure façon de combiner les deux marques.

DC est une porte

Imaginez que la marque de DC est une porte et que celle du CDTC représente les éléments de la pièce se trouvant derrière cette porte. La première chose que vous voyez est la porte, peinte aux couleurs de la marque de DC. En franchissant le seuil, vous découvrez une salle riche en données, contenant tous les éléments de l'image de marque du CDTC. La marque de DC vous invite chaleureusement, et la marque du CDTC vous accueille. Les deux marques travaillent en tandem et se complètent.



Jumelage du logo du CDTC avec le logo institutionnel de DC

Dans la plupart des cas, lorsque le logo du CDTC est utilisé, il est jumelé au logo institutionnel de DC. Lorsque les logos sont jumelés, le logo du CDTC doit être à la même hauteur que le logo institutionnel de DC.



Jumelage avec d'autres logos de partenaires

Si d'autres logos de partenaires sont nécessaires, veillez à ce qu'ils soient alignés avec les logos de DC et du CDTC, qui doivent apparaître en premier. Par exemple :



Couleurs

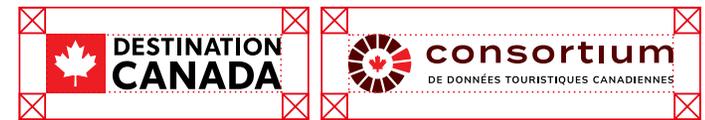
Tenez toujours compte de la métaphore de la page précédente en ce qui concerne les couleurs. Par exemple, dans un rapport conjoint de DC et du CDTC, la marque de DC serait utilisée sur les pages avant et arrière et les titres des sections principales qui attirent l'attention du lectorat, tandis que celle du CDTC serait utilisée pour les visualisations de données à l'intérieur du rapport pour le rendre plus invitant.

Polices

La police principale de DC, Suisse Int'l, doit être utilisée dans la mesure du possible. Toutefois, si vous utilisez une application Web qui n'autorise que certaines polices, servez-vous des polices du CDTC indiquées à la [page 10](#).

- Le logo institutionnel de DC devrait presque toujours apparaître avant le logo du CDTC.
- Veillez à ce qu'il y ait un espace de protection autour de chaque logo. Quelle que soit la taille du logo, pour déterminer l'espace de protection, utilisez la hauteur du « C » dans « DESTINATION CANADA ».

☒ C



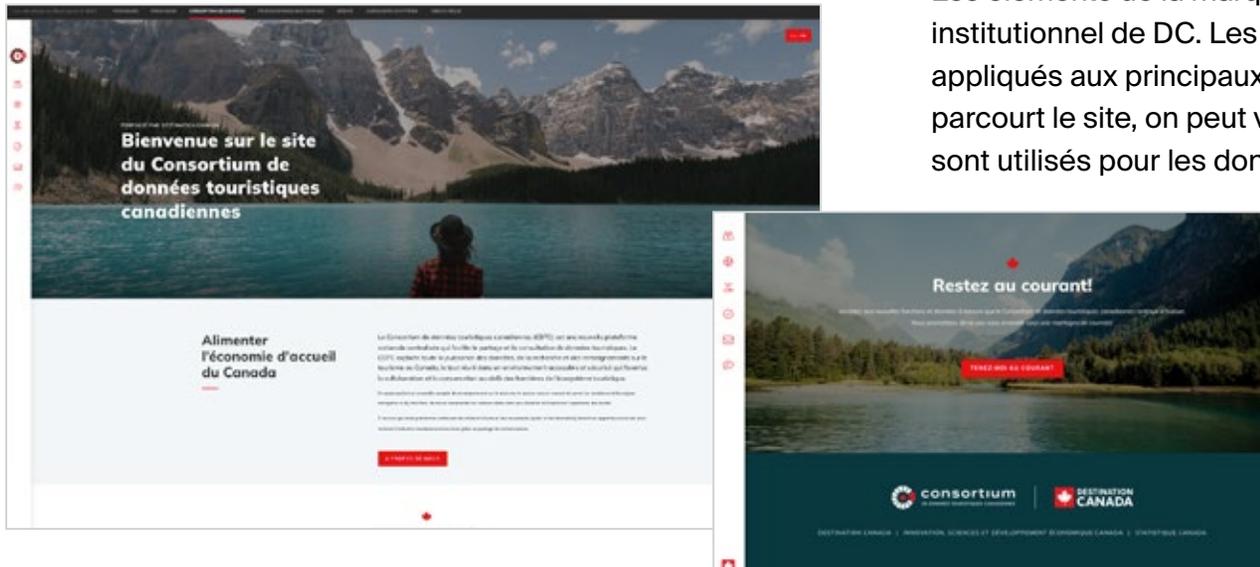
Exemples d'association des marques de DC et du CDTC

FEUILLE DE CALCUL EXCEL (PERSPECTIVES TOURISTIQUES)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Tourisme (Total)													
Dépenses	100,000,000,000 \$	104,000,000,000 \$	92,000,000,000 \$	98,000,000,000 \$	93,000,000,000 \$	100,000,000,000 \$	100,000,000,000 \$	100,000,000,000 \$	100,000,000,000 \$	100,000,000,000 \$	100,000,000,000 \$	100,000,000,000 \$	100,000,000,000 \$
Dépenses (proportion annuelle)	0,0%	4,0%	-10,0%	6,0%	-5,0%	7,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Répartition d'une nuit en plus	100,000,000	110,000,000	100,000,000	105,000,000	100,000,000	105,000,000	105,000,000	105,000,000	105,000,000	105,000,000	105,000,000	105,000,000	105,000,000
Répartition d'une nuit en plus (proportion annuelle)	0,0%	10,0%	0,0%	5,0%	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tourisme intérieur (Total)													
Dépenses	70,000,000,000 \$	70,000,000,000 \$	60,000,000,000 \$	65,000,000,000 \$	60,000,000,000 \$	70,000,000,000 \$	70,000,000,000 \$	70,000,000,000 \$	70,000,000,000 \$	70,000,000,000 \$	70,000,000,000 \$	70,000,000,000 \$	70,000,000,000 \$
Dépenses (proportion annuelle)	0,0%	0,0%	-14,0%	7,0%	-6,0%	7,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Répartition d'une nuit en plus	60,000,000	60,000,000	50,000,000	55,000,000	50,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
Répartition d'une nuit en plus (proportion annuelle)	0,0%	0,0%	-16,0%	8,0%	-6,0%	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tourisme international (Total)													
Dépenses	27,000,000,000 \$	28,000,000,000 \$	4,000,000,000 \$	4,000,000,000 \$	10,000,000,000 \$	20,000,000,000 \$	30,000,000,000 \$	30,000,000,000 \$	30,000,000,000 \$	30,000,000,000 \$	30,000,000,000 \$	30,000,000,000 \$	30,000,000,000 \$
Dépenses (proportion annuelle)	0,0%	0,0%	-80,0%	1,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Répartition d'une nuit en plus	20,000,000	22,000,000	2,000,000	2,000,000	12,000,000	18,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Répartition d'une nuit en plus (proportion annuelle)	0,0%	0,0%	-90,0%	0,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Amérique													
Dépenses	82,000,000,000 \$	80,000,000,000 \$	100,000,000,000 \$	85,000,000,000 \$	90,000,000,000 \$	85,000,000,000 \$	85,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$	1,200,000,000 \$	1,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$
Dépenses (proportion annuelle)	0,0%	-2,0%	20,0%	-7,0%	6,0%	-6,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Répartition d'une nuit en plus	300,000	300,000	400,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000
Répartition d'une nuit en plus (proportion annuelle)	0,0%	0,0%	33,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Chine													
Dépenses	1,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$	200,000,000 \$	100,000,000 \$	200,000,000 \$	600,000,000 \$	800,000,000 \$	1,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$	1,000,000,000 \$
Dépenses (proportion annuelle)	0,0%	0,0%	20,0%	-10,0%	20,0%	60,0%	80,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Les logos de DC et du CDTC sont bien utilisés.
- La marque de DC est à l'avant-plan.
- La couleur bleu sarcelle est utilisée pour l'en-tête principal.
- La palette secondaire est utilisée de façon appropriée.

SITE WEB DU CDTC



- Les éléments de la marque du CDTC sont intégrés dans le site Web institutionnel de DC. Les couleurs primaires et le style de DC sont appliqués aux principaux éléments de navigation et, à mesure qu'on parcourt le site, on peut voir que les éléments de la marque du CDTC sont utilisés pour les données et les autres composantes.

Exemples d'association des marques de DC et du CDTC

PRÉSENTATION POWERPOINT



Les éléments de la marque de DC sont utilisés sur la première page de la présentation.

En quoi consiste le Consortium de données?

COM

Une plateforme centralisée, sécurisée, pour touristiques, la leadership écla

Défis liés aux bases techniques

Données entrantes Cerveau central du Consortium de données Données sortantes

DÉFI 1 **DÉFI 2** **DÉFI 3**

Comment surveiller continuellement la Comment tirer parti de l'automatisation Comment permettre à plusieurs équipes

DÉFI 2

Comment tirer parti de l'automatisation pour gagner en efficacité?

Les tableaux en anglais et en français sont identiques, ce qui simplifie la création de visualisations, de rapports et d'autres produits de données dans les deux langues.

Sélection dans le tableau en anglais

Sélection dans le tableau français équivalent

Comment fonctionne le Consortium de données?

Données entrantes Cerveau central du Consortium de données Données sortantes

Sources publiques: 100 ENSEMBLES DE DONNÉES

Partenaires du Consortium de données: 30 PARTENAIRES D'ÉTALE DU NOUVEAU ET DE L'INDUSTRIE

Ententes séparées de partage de données: 15 PARTENAIRES

Recherche et analyse de données

Analyses approfondies, IA et analytiques

Tableaux de bord, Publications, Profils de voyageurs, Cartographies personnalisées, Collaboration

Recueillir Créer des liens Communiquer Collaborer et créer conjointement

Les éléments de la marque du CDTC sont utilisés pour le contenu plus approfondi.

Annexe

[Site Web du CDTC](#)

[Guide de marque de DC](#)

[Exemples d'image de marque institutionnelle de DC](#)

[Modèle de présentation PowerPoint du CDTC](#)