

Police de caractères principale

Canada Bold

ABC

**ABCDE
FGHIJKL
MNOPQ
RSTUV
WXYZ**

Police secondaire

Suisse Int'l

Abc

**abcde
fghijkl
mnopq
rstuvw
xyz**

Autres polices

Helvetica

Arial

Abc

Abc

**abcde
fghijkl
mnopq
rstuvw
xyz**

**abcde
fghijkl
mnopq
rstuvw
xyz**

Police avec empattement

Suisse Neue

Abc

**abcde
fghijkl
mnopq
rstuvw
xyz**

Notre police de caractères principale, Canada Bold, est facilement reconnaissable et on l'associe d'emblée au Canada. Comme elle constitue un élément clé de notre identité de marque, elle devrait être utilisée principalement pour les titres afin d'en maximiser l'effet.

Suisse Int'l, notre police secondaire, est polyvalente et convient à toutes les applications. Elle est offerte dans une grande variété de graisses et de langues.

Lorsque Suisse Int'l isn't n'est pas disponible, Helvetica peut être utilisée. Si cette dernière n'est pas disponible non plus, Arial peut être utilisée. Ces deux polices ne devraient toutefois jamais être utilisées conjointement.

Dans un long article ou un long texte, une police avec empattement peut être utilisée pour une meilleure lisibilité.

ABC

ABCDEFGH

IJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

VWXYZ



La police Canada Bold ne doit jamais être utilisée en minuscule.



Canada Bold est la seule graisse utilisée.

Canada Bold ne convient pas aux textes longs.

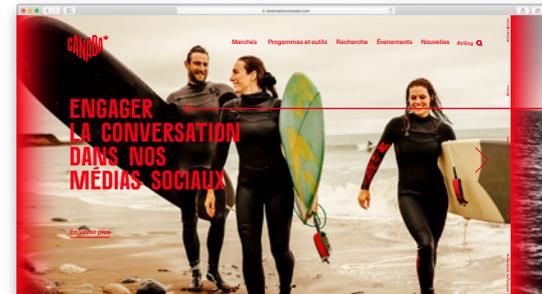
Canada Bold, notre police pour les titres

Canada Bold se démarque avec son style original mais accessible. Avec le temps, cette police unique pourrait devenir un élément de marque fortement associé à Destination Canada.



Publicité extérieure

Bannière

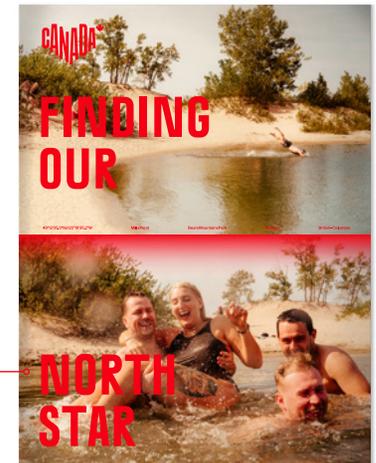


En-tête de site web

Médias sociaux



Titres de dépliant



Abc

abcdefghijklmnop vwxyz



L'écriture tout en majuscule est réservée à des cas exceptionnels seulement.

**Suisse Int'l,
notre police
pour le contenu**

Moderne et facile à lire, Suisse Int'l est offerte dans une grande variété de langues et peut ainsi être utilisée dans tous nos marchés. En tant que police de caractères principale pour notre contenu, Suisse Int'l est le choix idéal en raison de sa polyvalence et de son caractère sans empattement facile à lire.



Titres dans les documents institutionnels



Sous-titres et texte



Très court texte

Long texte





Un mot ou quelques
mots courts par ligne.

Aligner le texte
à gauche.

Espacement des
lignes (interligne)
de 90 % (taille de
la police x 0,9).

Ne pas ajouter
d'espacement
entre les lignes.

**SPARK
CHANGE
FROM
WITHIN**



Voici comment
la police de titre
devrait être utilisée
dans 90 % des cas
lorsque le produit
de communication
ou de marketing
n'est pas créé par
l'agence.

Utilisation commerciale de la police

Utilisation plus conventionnelle. Un bloc de texte doit être utilisé
et être aligné à gauche, mais il peut être placé en haut ou en bas.

**APPEL
AUX
CŒURS
GRANDS
OUVERTS**



**NORTH OF
YOUR
ORDINARY
VACATION**



**TROUVEZ
NOTRE
ÉTOILE
DU NORD**



A

Un mot ou quelques
mots courts par ligne.

Espacement des
lignes (interligne)
de 90 % (taille de
la police x 0,9).

Vous devez ajouter
un espacement
entre les lignes.

Le texte doit
être déplacé
vers la droite.

SPARK
CHANGE
SPACING
SPACING
SPACING
FROM
SPACING
WITHIN

Police utilisée par l'agence

L'agence possède une plus grande liberté créative, toutefois, certaines règles doivent être respectées. Le texte doit toujours commencer dans le coin supérieur gauche et se décaler vers la droite, et l'espacement doit toujours être de la même hauteur que les lettres. La police de titre peut servir dans différentes applications, notamment des images, des vidéos et des publications pour les médias sociaux.

!

Pour assurer
une meilleure
lisibilité,
la lecture
doit se faire
de gauche
à droite.

APPEL
AUX

CANADA*

CŒURS
GRAND OUVERTS

NORTH OF YOUR
ORDINARY

CANADA*

VACATION

TROUVEZ
NOTRE

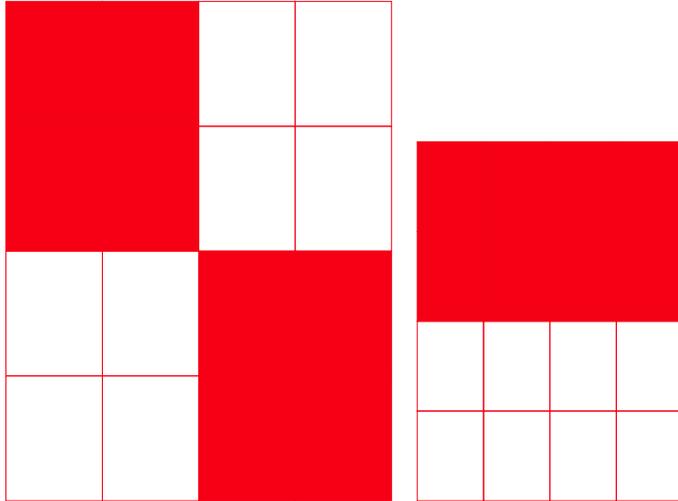
CANADA*

ÉTOILE

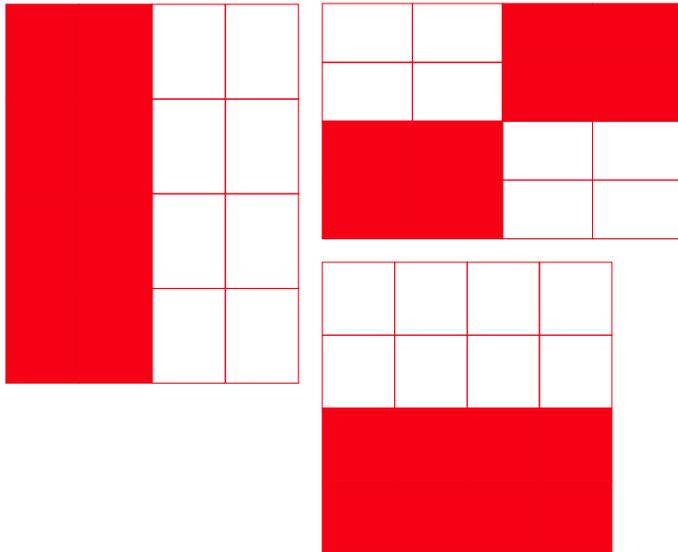
DU NORD

T

Un titre court
et simple serait
parfait ici.



N'hésitez pas
à choisir une couleur
de notre palette.



Mise en page des photos

Bien qu'il soit préférable d'utiliser une seule photo, la grille de mise en page ci-dessus permet d'utiliser plus d'une photo dans une communication. La page est divisée en 16 rectangles égaux. La moitié est utilisée pour la couleur et le texte, et l'autre moitié, pour les photos (une à quatre photos).

