

# TOUTES LES HISTOIRES COMMENCENT PAR UNE FLAMME

**GUIDE D'UTILISATION DU LOGO 2.0**  
DÉCEMBRE 2022



FONDS DES MÉDIAS  
DU CANADA

CANADA  
MEDIA FUND



# LE CONTENU COMMENCE ICI

Bonjour ! Nous sommes fiers de vous présenter le Guide des normes d'utilisation du logo du Fonds des médias du Canada. Vous y trouverez tous les détails sur notre logo. Utilisé correctement, ce guide contribuera à établir et à faire respecter les paramètres importants qui permettront d'assurer la qualité et l'intégrité constantes de la marque du Fonds des médias du Canada.

Le présent guide précise la façon dont le logo doit être traité dans différents formats et différentes applications. Dans les cas où le Guide ne présente pas d'équivalent, veuillez suivre les principes élémentaires illustrés dans le document ou communiquez directement avec nous pour obtenir des conseils.



Logo de la Société	4
Sélection du logo	6
Normes d'utilisation	8
Couleur	11
La flamme	13

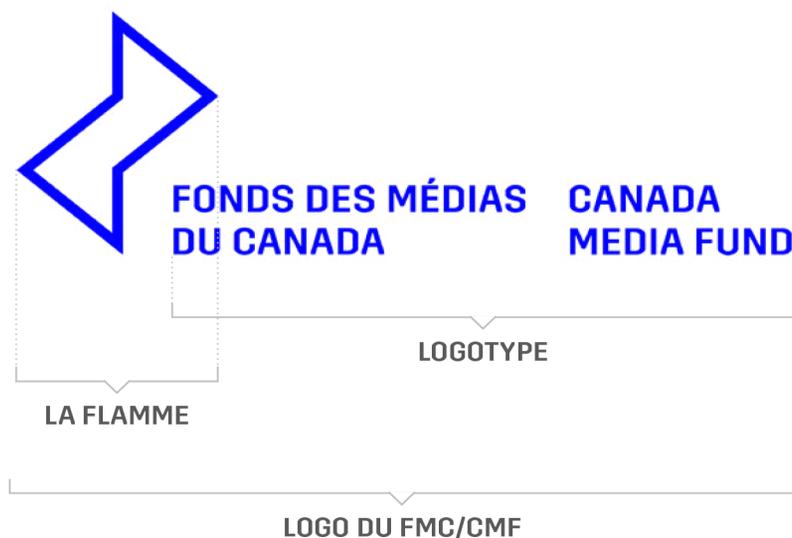
# 1. Logo de la Société

## 1.0

### STRUCTURE

La flamme est l'élément graphique qui représente la marque du FMC.

Le logotype est le nom de la société, présenté dans un style et une police de caractères précis. Puisqu'il fait partie intégrante du logo, il doit toujours figurer conjointement avec la flamme. Ne recréez pas le logo en tapant les mots.



# 1. Logo de la Société

## 1.1 VERSIONS DU LOGO DE LA SOCIÉTÉ FMC/CMF

Nous avons créé différentes versions du logo pouvant être utilisées sur demande. Lorsque vous sélectionnez un logo, assurez-vous d'utiliser la version appropriée à l'application. Pour les formats numériques, utilisez la version RVB, pour les applications imprimées, la version Pantone (PMS), et pour les impressions numériques, les versions CMJN.

### FRANÇAIS / FRANÇAIS PRÉDOMINANT

### ANGLAIS / ANGLAIS PRÉDOMINANT

UNILINGUE



BILINGUE  
HORIZONTAL



BILINGUE  
VERTICAL



## 2. Sélection du logo

### 2.0 LOGO POUR LES GÉNÉRIQUES DES PRODUCTIONS OU DES PROJETS FINANCÉS PAR LE FMC

Tous les requérants qui reçoivent du financement du FMC doivent fournir au FMC une mention au générique du projet ou de la production (veuillez consulter votre contrat pour plus de détails). Le logo utilisé dépend de la langue de la production ou du projet. Pour savoir lequel utiliser, veuillez consulter le tableau ci-dessous. Des versions bilingues du logo (version anglaise ou française présentée en premier) doivent être utilisées dans le cadre de projets de diversité linguistique ou de projets en langues autochtones, lorsque l'adaptation du logo dans la langue autochtone en question n'existe pas.

#### FRANÇAIS / FRANÇAIS PRÉDOMINANT

À utiliser pour les productions ou les projets de langue française

#### ANGLAIS / ANGLAIS PRÉDOMINANT

À utiliser pour les productions ou les projets de langue anglaise

UNILINGUE



BILINGUE  
HORIZONTAL



BILINGUE  
VERTICAL



## 2. Sélection du logo

### 2.1 LOGO POUR LES PARTENARIATS

Le FMC doit être mentionné lorsqu'il soutient des partenariats avec l'industrie, au Canada et à l'étranger. Le logo bilingue (français ou anglais prédominant), horizontal ou vertical, doit être utilisé.

#### FRANÇAIS / FRANÇAIS PRÉDOMINANT

À utiliser pour les productions ou les projets de langue française

BILINGUE  
HORIZONTAL



BILINGUE  
VERTICAL



#### ANGLAIS / ANGLAIS PRÉDOMINANT

À utiliser pour les productions ou les projets de langue anglaise



# 3. Normes d'utilisation

## 3.0 ESPACE LIBRE

Peu importe la version utilisée, une zone de protection minimale a été créée autour du logo afin de veiller à ce qu'aucun élément n'empiète sur celui-ci. L'espace libre fait 1,5 fois la hauteur des lettres majuscules du logo.

1,5 × HAUTEUR MAJUSCULES



1,5 × HAUTEUR MAJUSCULES



1,5 × HAUTEUR MAJUSCULES

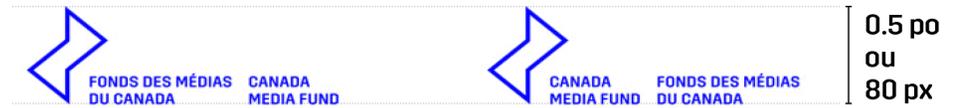


# 3. Normes d'utilisation

## 3.1 TAILLES MINIMALES

Pour que les logos soient lisibles, nous avons établi des tailles minimales pour une reproduction imprimée optimale.

**Versions unilingues  
et bilingues horizontales**  
Imprimé : 0,5 po (1,27 cm) de haut  
Numérique : 80 px



**Versions bilingues verticales**  
Imprimé : 0,875 po (2,22 cm) de haut  
Numérique : 130 px



# 3. Normes d'utilisation

## 3.2 MODIFICATION DU LOGO

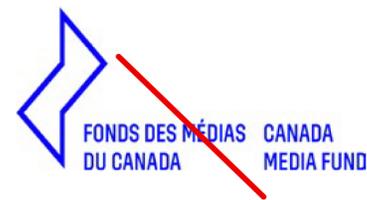
Aucune version du logo du FMC/CMF ne doit être modifiée ou redessinée de quelque manière que ce soit. Voici quelques exemples de pratiques à éviter :



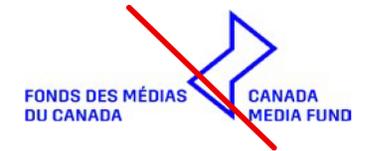
Ne modifiez pas la couleur ou la teinte du logo.



Ne supprimez pas d'éléments du logo.



Ne modifiez pas les proportions du logo et ne le déformez pas.



Ne modifiez pas la configuration des éléments du logo.



N'utilisez pas une autre police de caractères.



N'ajoutez pas de l'ombre ou d'autres effets au logo.



Ne modifiez pas les éléments du logo et n'en ajoutez pas.



Ne modifiez pas le texte du logo.

## 4. Couleurs

### 4.0

#### PALETTE DE COULEURS

Veuillez sélectionner la palette de couleurs appropriée à l'application. Avant d'envoyer vos documents à l'impression, faites parvenir le présent document à l'imprimeur et discutez avec lui au sujet de vos attentes quant à l'intensité des couleurs. Il est toujours recommandé d'être présent au contrôle de la presse à imprimer et de demander des échantillons de couleurs afin d'assurer le contrôle de la qualité et l'uniformité.



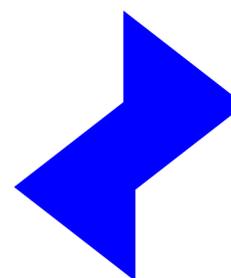
#### ROSE

PMS: 1925  
CMJK: 0 / 100 / 52 / 0  
RVB: 255 / 0 / 99  
HEX: #ff0063



#### SARCELLE

PMS: 2226  
CMJK: 60 / 0 / 16 / 0  
RVB: 0 / 255 / 244  
HEX: #00fff4



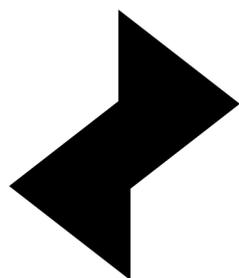
#### BLEU

PMS: 2935  
CMJK: 100 / 43 / 0 / 6  
RVB: 0 / 0 / 255  
HEX: #0000ff



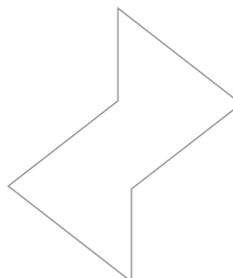
#### VERT

PMS: 389  
CMJK: 22 / 0 / 100 / 0  
RVB: 213 / 255 / 24  
HEX: #d5ff18



#### NOIR

CMJK: 0 / 0 / 0 / 100  
RVB: 0 / 0 / 0  
HEX: #000000



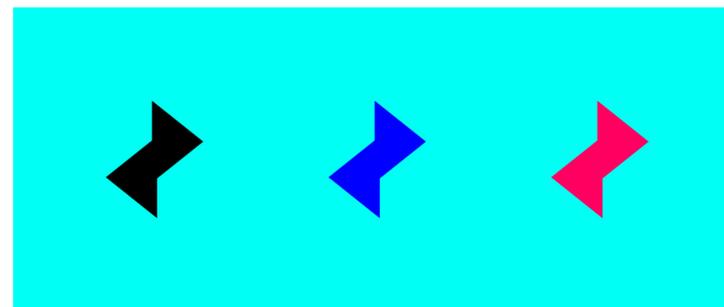
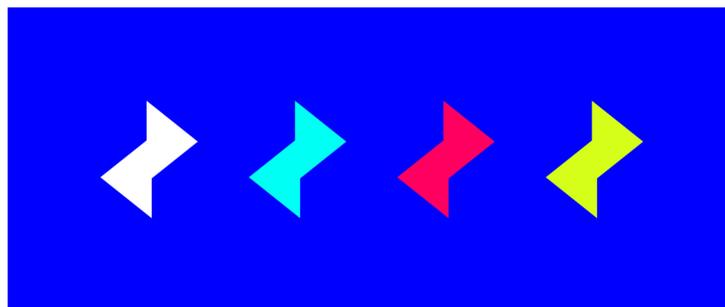
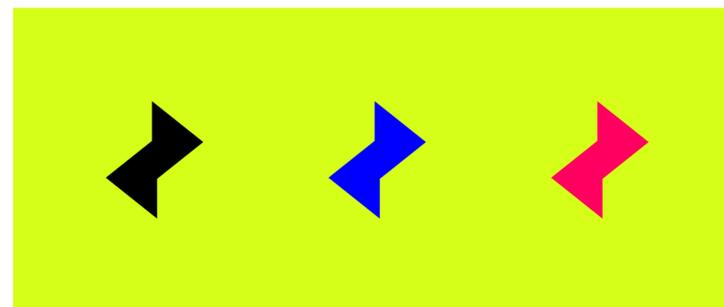
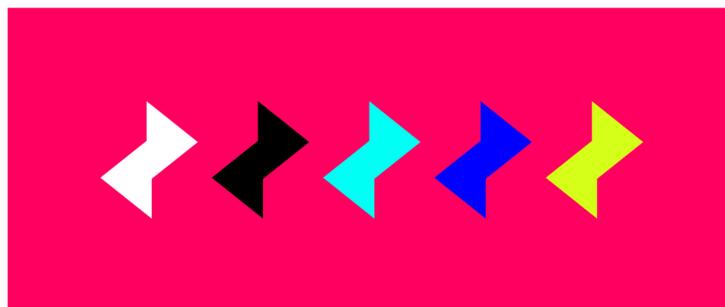
#### BLANC

CMJK: 0 / 0 / 0 / 0  
RVB: 255 / 255 / 255  
HEX: #ffffff

## 4. Couleurs

### 4.1 COMBINAISONS DE COULEURS

La couleur est une partie importante de la marque du FMC. Il est crucial de n'utiliser que les combinaisons ci-dessous pour assurer la lisibilité et la reproduction appropriée des couleurs.



## 5. La flamme

La flamme est générative, c'est-à-dire qu'elle a un nombre indéfini de versions et qu'elle changera sans cesse pour mettre en évidence le contenu créé au Canada.

Si vous souhaitez utiliser ou créer une flamme pour présenter un contenu particulier, communiquez avec votre personne-ressource du Fonds des médias du Canada.





FONDS DES  
MÉDIAS DU  
CANADA

CANADA  
MEDIA FUND

# MERCI D'INSPIRER L'INNOVATION D'UN OCÉAN À L'AUTRE

**POUR UN COMPLÉMENT D'INFORMATION OU DES  
RESSOURCES CONCERNANT LE PRÉSENT GUIDE,  
COMMUNIQUEZ AVEC :**

MAXIME RUEL  
CHEF PRINCIPAL, COMMUNICATIONS  
MRUEL@CMF-FMC.CA