

Festival du Voyageur

PROTOCOLE DE STANDARDISATION

Pour utilisation externe

Juillet 2016
Dominique Tétrault
Directrice du marketing et des communications

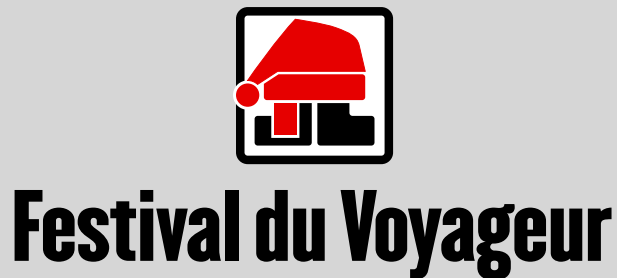
IMAGE ET NOM

Le logo et le nom Festival du Voyageur appartiennent exclusivement au Festival du Voyageur inc. Toute utilisation du nom et du logo par des partenaires externes doivent recevoir l'autorisation du Festival du Voyageur pour en faire l'utilisation.

Lorsqu'on fait référence à la société du Festival du Voyageur, on devra toujours utiliser le sigle inc. suivant le nom de la société. Il est à noter que « inc. » est toujours écrit avec un « i » minuscule, et ce, peu importe la langue d'écriture.

LOGO

La corporation Festival du Voyageur inc. utilise trois logos principaux :



Logo corporatif et fête hivernale



Logo Fort Gibraltar



Logo de la campagne annuelle « Wordmark »

Ces logos sont la propriété exclusive du Festival du Voyageur inc. Toute utilisation de ces logos doit être l'objet d'une autorisation écrite de la part du Festival du Voyageur inc.

Le logo de la campagne annuelle sera disponible à partir de l'automne.

COULEURS

Seulement les variantes suivantes sont acceptées pour le logo corporatif du Festival du Voyageur:



Festival du Voyageur



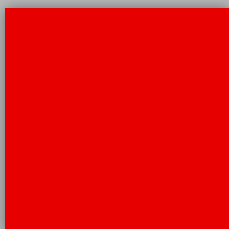
Festival du Voyageur



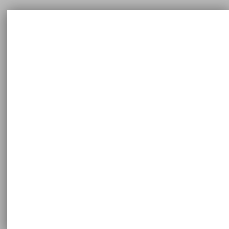
Festival du Voyageur



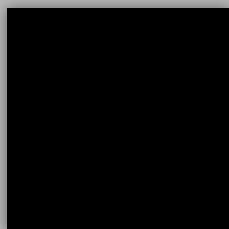
Festival du Voyageur



Pantone: PMS 185
CMYK: 0/100/100/10
RGB: 215/25/32
HEX: d71920



Pantone: PMS Process White
CMYK: 0/0/0/0
RGB: 255/255/255
HEX: fffff



Pantone: PMS Process Black
CMYK: 0/0/0/100*
RGB: 0/0/0
HEX: 000000

*CMYK: 30/30/30/100 pour des grandes superficies de noir

VARIANTES

Le logo corporatif du Festival du Voyageur est disponible en deux versions:

1. Vertical



Festival du Voyageur

2. Horizontal



Festival du Voyageur

La version verticale est préférée pour la majorité des utilisations, mais la version horizontale est suggérée lorsqu'elle est utilisée en en-tête d'un document.

DISTANCE

Veillez S.V.P. prêter attention à la distance entre notre logo et tout autres éléments (autres logos, texte, icons, etc.)



3

LOGOS À ÉVITER

Arrière-plan

Évitez d'utiliser une couleur ou une texture en arrière-plan qui pourrait rendre le logo illisible.



Couleur

Ne changez pas la couleur des éléments du logo.



Élément

N'utilisez pas les éléments du logo séparément.



Positionnement

Ne changez pas la disposition des éléments du logo.



Disproportion

Assurez-vous de respecter les proportions du logo lorsque vous modifiez sa grandeur.



Texte et police

N'ajoutez pas de texte au logo.



PERSONNES-RESSOURCES

POUR TOUTE QUESTION AU SUJET DE L'IDENTITÉ DE MARQUE DU FESTIVAL DU VOYAGEUR, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Dominique Tétrault

Directrice du marketing et des communications
dtetrault@heho.ca
(204) 258-2560

POUR TOUTE QUESTION GRAPHIQUE, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Sophie Dumontier

Designer graphique
sdumontier@heho.ca
(204) 258-2562

