



TÉLÉFILM CANADA

▶	03	La vision
▶	05	La signature / voir grand
▶	07	La feuille d'érable
▶	09	Logotypes
▶	11	Le phylactère
▶	14	La typographie
▶	14	Les couleurs
▶	17	Le langage / le ton
▶	19	Grilles graphiques et déclinaisons
▶	40	La conclusion

LA VISION

LA VISION

À travers le monde entier, Téléfilm Canada est le porte-voix d'une industrie audiovisuelle foisonnante. Cette nouvelle identité graphique est une façon de tenir un discours cohérent et clair sur toutes nos plateformes de communication afin de porter le talent de nos artisans. Toute de rouge vêtue, cette nouvelle identité est facilement attribuable à Téléfilm Canada. Sa grille graphique est souple et modulable et permet une plus grande liberté de communiquer plutôt que des contraintes. Sa tonalité sympathique et impertinente nous distingue. D'une voix forte, elle parle de l'industrie audiovisuelle canadienne à l'étranger.

LA SIGNATURE

LA SIGNATURE

VOIR GRAND. SEE BIG.

Deux mots. Simples et assurés.

Deux mots qui appellent à l'action.

**Cette signature est à l'image du talent
considérable dont Téléfilm fait la
promotion. Elle est une promesse,
une ambition.**

LA FEUILLE D'ÉRABLE

LA FEUILLE D'ÉRABLE



Y a-t-il symbole plus intimement lié au Canada, plus connu et reconnu aux quatre coins de la planète ? Élément graphique récurrent dans chacune de nos exécutions publicitaires, elle est toujours positionnée en haut, à gauche et vient chapeauter chaque annonce comme un sceau de qualité de chacune de nos interventions. Au-delà de la signature graphique générale (couleur, bloc-phylactère, typographie, tonalité), la feuille d'érable permet d'identifier du premier coup d'œil l'annonceur, et le pays dont il est originaire.

LOGOTYPES

LOGOTYPES

Versions principales



Marges de sécurité



Versions alternatives



LOGOTYPES

1. Logo renversé une couleur



2. Logo renversé monochrome



3. Logo une couleur



4. Logo monochrome



Ces versions sont destinées aux impressions monochromes.

Les signatures 1 et 3, qui ont une seule couleur, sont à privilégier en raison de leur plus grande visibilité à l'impression et donc de leur meilleur impact visuel.

LE PHYLACTÈRE

LE PHYLACTÈRE

L'utilisation d'un phylactère n'est pas une coquetterie graphique. Au-delà de son élégance et de son impact visuel, en petit ou en grand format, il démontre que Téléfilm Canada prend la parole au nom du talent canadien. Il induit l'idée d'une conversation. C'est notre mission : donner la parole aux talents canadiens.

LE PHYLACTÈRE



Le phylactère sert à mettre le titre en exergue. Il est modulable. On peut l'allonger, le coucher, l'étirer, le rapetisser : le titre sera toujours visible et dominant.

Les coins du phylactère sont légèrement arrondis.



- 1** La pointe du phylactère est toujours en dégradé du rouge vif (partie plus mince) au rouge foncé (partie plus large).
- 2** Le phylactère est toujours rouge vif.
- 3** Le texte est toujours rouge foncé. (Utilisez le rouge soutenu lorsque les utilisations sont bilingues).
- 4** Sauf exception, le texte est toujours aligné à gauche avec une marge correspondant à la largeur de la lettre « X » qui doit être de la même grandeur que le texte.
- 5** Le texte se centre toujours en hauteur dans le phylactère.

TYPOGRAPHIE ET COULEURS

TYPOGRAPHIE ET COULEURS

Theinhardt Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Theinhardt Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

POLICE DE CARACTÈRES PRINCIPALE

La police de caractères Theinhardt « Heavy » sert de voix à Téléfilm Canada. Sa version « Regular » est utilisée pour hiérarchiser les niveaux d'information.

Vous trouverez plus loin dans ce document plusieurs exemples d'utilisation des typographies selon les différents niveaux d'information.

Roboto Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Roboto Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

POLICE DE CARACTÈRES WEB

Nous recommandons l'utilisation de la police de caractères Roboto pour les utilisations web, Adobe et Windows.

Se rapprochant de la police de caractères Theinhardt, cette police est libre de droits, ce qui lui permet d'être accessible par tous et en tout temps.

TYPOGRAPHIE ET COULEURS



ROUGE VIF

CMYK 0 / 100 / 100 / 0
RGB 214 / 0 / 28
HTML D6001C
PANTONE U 2035
PANTONE C 2035



ROUGE SOUTENU

CMYK 0 / 100 / 100 / 45
RGB 147 / 39 / 44
HTML 93272C
PANTONE U 7622
PANTONE C 7622



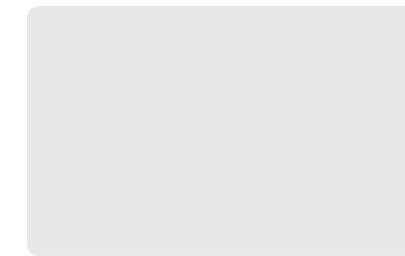
ROUGE FONCÉ

CMYK 0 / 100 / 100 / 70
RGB 100 / 51 / 53
HTML 643335
PANTONE U 1817
PANTONE C 1817



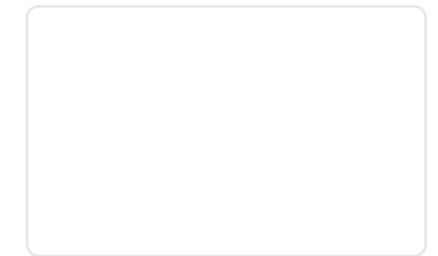
GRIS FONCÉ

CMYK 0 / 0 / 0 / 20
RGB 209 / 213 / 214
HTML D1D5D6



GRIS PÂLE

CMYK 0 / 0 / 0 / 10
RGB 232 / 234 / 234
HTML E8EAEA



BLANC

CMYK 0 / 0 / 0 / 0
RGB 255 / 255 / 255
HTML FFFFFFFF



DÉGRADÉ LINÉAIRE DU ROUGE VIF AU ROUGE FONCÉ



ROUGE VIF

C'est notre couleur principale. Nous l'avons choisie parce que c'est la couleur que l'on associe automatiquement au Canada. Elle est utilisée principalement pour les phylactères.

ROUGE SOUTENU

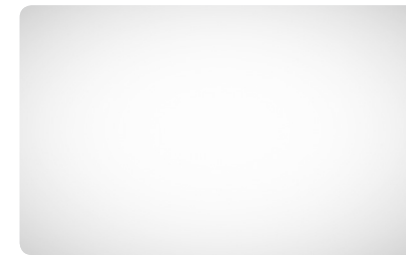
Le rouge soutenu permet de distinguer le français de l'anglais lorsque les pièces sont bilingues.

ROUGE FONCÉ

Le rouge foncé est utilisé pour créer les dégradés et donner de la profondeur visuelle. Il est aussi utilisé pour le texte lorsque la pièce est unilingue et permet de distinguer le français de l'anglais lorsque les pièces sont bilingues.

ROUGE DÉGRADÉ

Le dégradé de rouge est utilisé dans la pointe du phylactère, ainsi que dans la feuille d'érable.



DÉGRADÉ RADIAL DU BLANC AU GRIS FONCÉ

GRIS DÉGRADÉ

Le dégradé de gris est utilisé en couleur de fond. Dans certains cas, le blanc peut également être utilisé en couleur de fond.

**LE
LANGAGE
/LE TON**

LE LANGAGE / LE TON

Quand Téléfilm Canada s'exprime, elle le fait sans prétention. L'humour et l'autodérision font partie des qualités canadiennes. En même temps, Téléfilm Canada s'exprime sans détour : en majuscules. La rédaction est capitale. De l'humour, du second degré et une certaine impertinence sont de mise pour cultiver la connivence avec le public de Téléfilm, constitué de gens éduqués, cultivés (forcément) et souvent critiques.

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS

Les plus avertis des festivaliers se retrouvent souvent d'un événement à l'autre. Ils seront donc exposés plusieurs fois à nos messages. Il est donc important de les renouveler, pour étonner à chaque occasion. Ainsi, des accroches nouvelles, bien adaptées et complices, auront toujours un impact plus grand.

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



Grille phylactère
bilingue

- 1 Il y a une marge de 0,5 pouce dans tous les documents de format 8 1/2 x 11 po.
- 2 On utilise deux couleurs pour le texte bilingue, soit le rouge foncé et le rouge soutenu.
- 3 Dans le phylactère, sauf exception, le texte est toujours aligné à gauche centré en hauteur avec une marge correspondant à la largeur de la lettre « X » qui doit être de la même grandeur que le texte.
- 4 Le texte sous la feuille d'érable réfère à l'évènement ou au sujet dont il est question.
- 5 Le logo du Canada doit toujours être placé dans le coin inférieur droit.
- 6 La feuille d'érable et son texte se retrouvent toujours dans le coin supérieur gauche, à la pointe du phylactère.
- 7 Le phylactère signature « See Big. » est toujours placé de manière à créer une conversation avec le phylactère principal.
- 8 La pointe du phylactère signature « See Big. » s'aligne sur la fin du phylactère titre.
- 9 La signature Telefilm est de la même largeur que le phylactère signature « See Big. »

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS

Nom du festival

CANNES
2017

Titre

**SO
MUCH
TALENT,
YET
SUCH A
SMALL
POSTER.**

Signature
et logo

**SEE
BIG.**

TELEFILM 50
C A N A D A

Canada

TIFF
2017

**JOIN
THE
CONVER-
SATION.
IT'S
A BIG
ONE.
(OBTIOUSLY).**

#TIFF2017

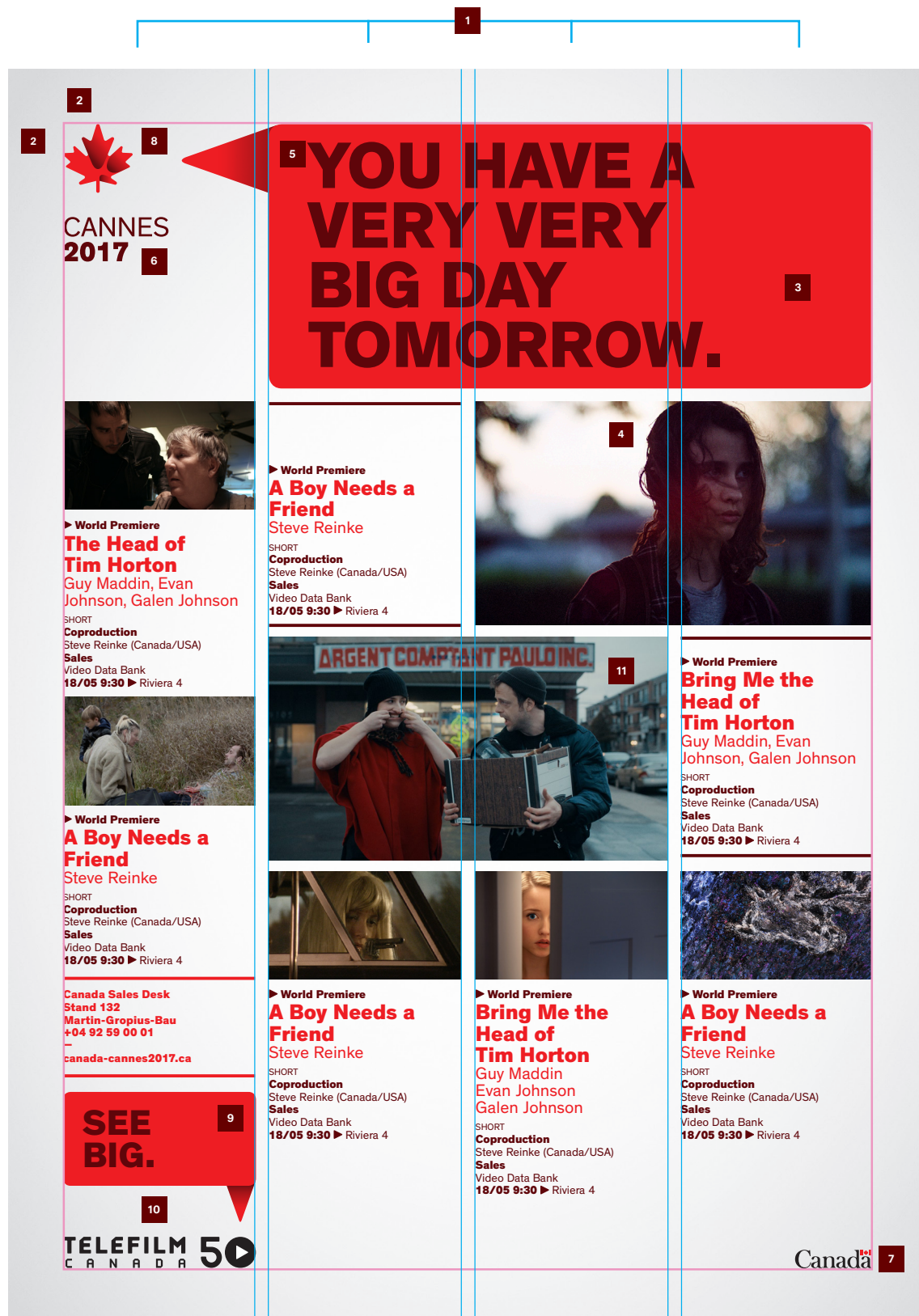
**SEE
BIG.**

TELEFILM 50
C A N A D A

Canada

Affiches
internationales

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



Publicité pleine page. Variétés de formats d'images pour les productions.

Grille pour 7 images.

1 La grille est divisée en plusieurs colonnes qui varient avec le contenu.

2 Il y a une marge de 0,5 pouce dans tous les documents de format 8 1/2 x 11 po.

3 On utilise deux couleurs pour le texte bilingue, soit le rouge foncé et le rouge soutenu.

4 Pour donner plus de visibilité à un film, on peut utiliser 2 à 3 colonnes en largeur et en hauteur.

5 Dans le phylactère, sauf exception, le texte est toujours aligné à gauche centré en hauteur avec une marge correspondant à la largeur de la lettre «X» qui doit être de la même grandeur que le texte.

6 Le texte sous la feuille d'érable réfère à l'évènement ou au sujet dont il est question.

7 Le logo du Canada doit toujours être placé dans le coin inférieur droit.

8 La feuille d'érable et son texte se retrouvent toujours dans le coin supérieur gauche, à la pointe du phylactère.

9 Le phylactère signature « See Big. » est toujours placé de manière à créer une conversation avec le phylactère principal.

10 La signature Telefilm est de la même largeur que le phylactère signature « See Big. »

11 Préconiser des photos de format 16:9

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



CANNES
2017

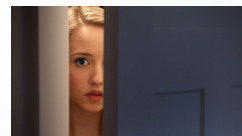
**MAKE LOTS
OF ROOM
IN YOUR
AGENDA.**



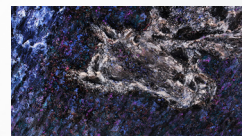
► **World Premiere**
A Boy Needs a Friend
Steve Reinke
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4



► **World Premiere**
A Boy Needs a Friend
Steve Reinke
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4



► **World Premiere**
Bring Me the Head of Tim Horton
Guy Maddin
Evan Johnson
Galen Johnson
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4

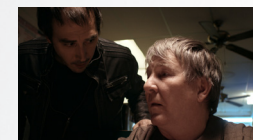


► **World Premiere**
A Boy Needs a Friend
Steve Reinke
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4

**SEE
BIG.**

TELEFILM 50
CANADA

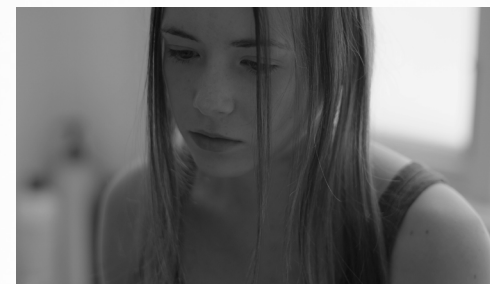
► **World Premiere**
A Boy Needs a Friend
Steve Reinke
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4



► **World Premiere**
Bring Me the Head of Tim Horton
Guy Maddin, Evan Johnson, Galen Johnson
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4



► **World Premiere**
A Boy Needs a Friend
Steve Reinke
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4

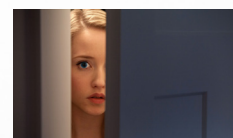


► **World Premiere**
A Boy Needs a Friend
Steve Reinke
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4

► **World Premiere**
Bring Me the Head of Tim Horton
Guy Maddin, Evan Johnson, Galen Johnson
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4



► **World Premiere**
A Boy Needs a Friend
Steve Reinke
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4



► **World Premiere**
Bring Me the Head of Tim Horton
Guy Maddin
Evan Johnson
Galen Johnson
SHORT
Coproduction
Steve Reinke (Canada/USA)
Sales
Video Data Bank
18/05 9:30 ► Riviera 4

Canada Sales Desk
Stand 132
Martin-Gropius-Bau
+04 92 59 00 01
—
canada-cannes2017.ca

Canada

Publicité double page.
Variétés de formats d'images pour les productions.

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS

Publicité pleine page. Grille qui maximise le nombre de productions.



PARTNER OF CHOICE



The Breadwinner
Nora Twomey
Production
Aircraft Pictures (Canada)
Cartoon Saloon (Ireland)
Melusine Productions (Luxembourg)



Maudie
Aisling Walsh
Production
Rink Rat Productions (Canada)
Screen Door (Canada)
Storyscape Entertainment (USA)
Parallel Films (Ireland)



Mobile Homes
Vladimir de Fontenay
Production
Lithium Studios Productions (Canada)
Madeleine Films (France)
Incognito Films (France)



Our House
Anthony Scott Burns
Production
Prospero Pictures (Canada)
Resolute Films and Entertainment (Canada)
Senator Films (Germany)



Room
Lenny Abrahamson
Production
No Trace Camping (Canada)
Element Pictures (Ireland)




Worst Case, We Get Married Et au pire, on se mariera
Léa Pool
Production
Lyla Films (Canada)
Louise Productions (Switzerland)






CANADA-CANNES2017.CA







PERSPECTIVE CANADA


► **European Premiere**
The Devout
Connor Gaston
Production
Hoggwild Films
Verhagen Entertainment
Clownbog Studios
Sales
Marina Cordoni Entertainment
mcordoni@rogers.com
23/05 11:30 AM ► Palais B




► **Market Premiere**
Gear
Ant Horasanli
Production
N5 Pictures
Sales
Odyssey Motion Pictures
info@n5p.com
22/05 6:00 PM ► Lerins 3




► **Market Premiere**
The Heart Dies Last C'est le cœur qui meurt en dernier
Alexis Durand Brault
Production/Sales
Forum Films
caroline@forumfilms.ca
20/05 11:30 AM ► Palais J




► **Market Premiere**
Infiltration Le Problème d'infiltration
Robert Morin
Production
Coop Vidéo de Montréal
Sales
Seville International
dan@filmsseville.com
22/05 1:30 PM ► Olympia



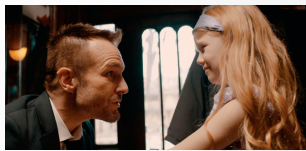
► **SXSW 2017 Documentary Feature Competition**
Let There Be Light
Mila Aung-Thwin
Van Royko
Production
EyeSteelFilm
Sales
Submarine Entertainment
dan@submarine.com
20/05 9:30 AM ► Palais J





► **Directors' Fortnight**
Mobile Homes
Vladimir de Fontenay
Production
Lithium Studios Productions (Canada)
Madeleine Films (France)
Incognito Films (France)
Sales
Mongrel Media International
charlotte@mongrelmedia.com
22/05 4:00 PM ► Lerins 3





► **Market Premiere**
Porcupine Lake
Ingrid Veninger
Production
pUNK Films
Sales
Outplay Films
philippe@outplayfilms.com
21/05 11:30 AM ► Gray 2



► **Market Premiere**
Stegman is Dead
David Hyde
Production
juliette
Sales
Crogan Filmworks
sshklniy@croganfilmworks.com
19/05 4:00 PM ► Gray 3

CANADA-CANNES2017.CA

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



Affiche
générique

**GRILLES GRAPHIQUES
ET DÉCLINAISONS**

Publicité
NSOT

**CANNES
2017**

NOT SHORT ON TALENT TOUT COURT

A COLLECTION OF NEW AND ENGAGING CANADIAN SHORT FILMS
PRESENTED EXCLUSIVELY AT THE MARCHÉ DU FILM AT CANNES.
UNE SÉLECTION DE COURTS MÉTRAGES CANADIENS INÉDITS
PRÉSENTÉE EN EXCLUSIVITÉ AU MARCHÉ DU FILM À CANNES.

**SEE BIG.
VOIR
GRAND.**

Schedule Horaire	Program 1 22/05 11:30 Palais F	Program 2 22/05 13:30 Palais F	Program 3 23/05 11:30 Palais F

TELEFILM 50 CANADA CANADA-CANNES2017.CA PRENSIS CA COURT! Canada

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



► Quinzaine des Réalisateurs
Mobile Homes
Vladimir de Fontenay
Canada/France

Advertorial C1



► Quinzaine des Réalisateurs — Short Film
Crème de Menthe
Philippe David Gagné and Jean-Marc E. Roy

► Semaine de la Critique — Short Film
The Tesla World Light
Matthew Rankin

CANADA ► CANNES 2017



GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS


PROUD
PARTNER
OF THE
PRODUCERS
NETWORK

**WHAT'S
THE BIG
DEAL?
ASK US.**

SPOTLIGHT ON CANADIAN PRODUCERS

BREAKFAST MEETING
MONDAY, MAY 22ND @ 9:00-11:00 AM
PLAGE DES PALMES


10th Ave Productions
Nancy Florence Savard


EyeSteelFilm
Bob Moore


Holdfast Pictures
Marc Almon


**Lithium Film Studios
Productions**
Mike MacMillan


Massey Productions
Raymond Massey


New Real Films
Jennifer Jonas

**SEE
BIG.**

Get more info and meet
the Canadian delegation at the
Canada Pavilion
Village International N°124
T +04 92 59 00 01

CANADA-CANNES2017.CA
🐦 f 📷

**TELEFILM
CANADA 50**

Canada

Cannes
Producers Network

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS

CANNES 2017

WHAT'S THE BIG DEAL? ASK US.

SEE BIG. VOIR GRAND.

Directory of Canadian Producers Répertoire des producteurs canadiens

TELEFILM CANADA 50

CANADA-CANNES2017.CA

CANNES 2017

POURQUOI EN FAIRE TOUTE UNE HISTOIRE? PARLONS-EN!

SEE BIG. VOIR GRAND.

Directory of Canadian Producers Répertoire des producteurs canadiens

TELEFILM CANADA 50

CANADA-CANNES2017.CA

BIG ON TALENT. TOUT EST GRAND AU CANADA. SURTOUT NOS TALENTS.

Directory of Canadian Producers Répertoire des producteurs canadiens

★ Canada Spotlight Cannes 2017

A

B



Centre Phi
Myriam Achard
machard@centre-phi.com



Bunk 11 Pictures
Michael Baker
mbaker@bunk11.com



Scythia Films
Daniel Bekerman
danielb@scythiafilms.com



Leif Films
Agnes Bristow
agnesbristow@me.com



La Créative Films
Estelle Champoux
champoux.e@gmail.com



Pixel Palette
Francesca Cimolai
francesca.cimolai@gmail.com



Productions Caramel Film
Valérie d'Auteuil
nacmi@caramefilms.com



Hawkeye Pictures
Sonya Di Rienzo
sdrfilms@yahoo.ca



Perfect Circle
Dean English
dean@perfect-circle.ca



Federgreen Entertainment
Avi Federgreen
avi@sympatico.ca



Hill 100 Productions
Karen Franklin
karen@hill100.ca



Ultra 8 Pictures
Colin Geddes
colin@ultra8.ca

H



Rob Heydon Productions
Rob Heydon
robheydon@gmail.com



Eagle Vision
Kyle Irving
kyle@eaglevision.ca



Holdfast Pictures
Marc Almon
marc@holdfastinc.com



ZMA / Time Machines
Marie-Ange Barbancourt
mbarbancourt@gmail.com



ZMA / Time Machines
Wronsky Bézizaire
time@zma.com



Leif Films
Leif Bristow
leifbristow@me.com



PlainSpeak Pictures
Harry Cherniak
harry@plainspeakpictures.com



Reyna Films
Suzy Cohen
suzy.cohen@reyna@gmail.com



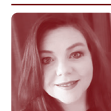
Conquering Lion Pictures
Damon D'Oliveira
info@conqueringlion.ca



Quiet Revolution Pictures
Michael Dobbin
michael@qrpictures.com



Item 7
Pierre Even
info@item7.ca



Dark Elegy Films
Corinne Ferguson
cferguson@darkelegy.com



Max Films Média
Félix Frappier
ff@maxfilmsmedia.ca



Line & Content
Stéphane Gélain
sgelain@lineandcontent.com



Screen Siren Pictures
Christine Haebler
christine@screensiren.ca



Markham Street Films
Judy Holm
jholm@markhamstreet.com

J



Sweet Delight Pictures
Kiarash Anvari
kiarash_anvari@yahoo.com



Gearshift Films
Jordan Barker
jordan@gearshiftfilms.com



775 Media
Julian Black Antelope
herdof7media@gmail.com



Flirt Films
Patricia Chica
info@patriciachica.com



1976 productions
Nicolas Comeau
nc@1976.tv



Pixel Palette
Vikram Dasgupta
vikramdasgupta@gmail.com



Screen Siren Pictures
Trish Dolman
trish@screensiren.ca



Transfilm International Ontario
John Eyres
jeyres@transfilm.ca



Intuitive Pictures
Ina Fichman
ina@intuitivepictures.ca



Max Films
Roger Frappier
rf@maxfilms.ca



Ultra 8 Pictures
Katarina Gilgorjevic
katarina@ultra8.ca



Juliette
Juliette Hagopian
juliette@gmail.com



Hill 100 Productions
Ralph Holt
ralph@hill100.ca



Foresight Entertainment
Chariton Jacques
chariton@foresightentertainment.com



YN Films
Munire Armstrong
munire@ynfilms.com



Alcina Pictures
Paul Barkin
paul@alcinapictures.com



Midi La Nuit
Annick Blanc
annick@midilanuit.com



Silver Sword International
Michael A. Calace
tc@silverswordintl.com



Fluent Films
Aisling Chin-Yee
aisling@fluentfilms.ca



La Créative Films
Mylène Corbeil
mylene@creativefilms.com



micro_scope
Luc Déry
info@micro-scope.ca



Gearshift Films
Borge Dorter
borge@gearshiftfilms.com



Radius Squared Media
Galen Fletcher
galen@radius-squared.com



Clique Pictures
Lauren Grant
lauren@clique-pictures.com



Hamilton-Mehta Productions
David Hamilton
david@hamiltonmehta.com



NS Pictures
Ant Horasanli
ant@nsp.com



New Real Films
Jennifer Jonas
jenniferjonas@newrealfilms.com

Flyer producteurs


Présentation recto

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



Couverture de
la brochure films

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS


1			1					
			2					
<p>The Head of Tim Horton Guy Maddin, Evan Johnson, Galen Johnson</p> <p>SHORT Coproduction Steve Reinke (Canada/USA) Sales Video Data Bank 18/05 9:30 ► Riviera 4</p>			<p>Integer at odio non erat consequat finibus at et quam. Donec congue ipsum ut aliquam iaculis. Sed at accumsan tortor, non consectetur nibh. Sed sit amet purus dui. Suspendisse in bibendum enim, eget laoreet felis. Aliquam erat volutpat. Nunc faucibus magna quis purus ultrices, sed porttitor nibh.</p> <p>Sed at accumsan tortor, non consectetur nibh. Sed sit amet purus dui. Suspendisse in bibendum enim, eget laoreet felis. Aliquam erat volutpat. Nunc faucibus.</p>					
								
			5					
01			02					
			2					
<p>The Head of Tim Horton Guy Maddin, Evan Johnson, Galen Johnson</p> <p>SHORT Coproduction Steve Reinke (Canada/USA) Sales Video Data Bank 18/05 9:30 ► Riviera 4</p>			<p>The Head of Tim Horton Guy Maddin, Evan Johnson, Galen Johnson</p> <p>SHORT Coproduction Steve Reinke (Canada/USA) Sales Video Data Bank 18/05 9:30 ► Riviera 4</p>			<p>The Head of Tim Horton Guy Maddin, Evan Johnson, Galen Johnson</p> <p>SHORT Coproduction Steve Reinke (Canada/USA) Sales Video Data Bank 18/05 9:30 ► Riviera 4</p>		
			6					
<p>Integer at odio non erat consequat finibus at et quam. Donec congue ipsum ut aliquam iaculis. Sed at accumsan tortor, non consectetur nibh. Sed sit amet purus dui.</p> <p>Integer at odio non erat consequat finibus at et quam. Donec congue ipsum ut aliquam iaculis. Sed at accumsan tortor, non consectetur nibh. Sed sit amet purus dui.</p>			<p>Integer at odio non erat consequat finibus at et quam. Donec congue ipsum ut aliquam iaculis. Sed at accumsan tortor, non consectetur nibh. Sed sit amet purus dui. Suspendisse in bibendum enim, eget laoreet felis. Aliquam erat volutpat. Nunc faucibus magna quis purus ultrices, sed porttitor nibh consequat.</p> <p>Integer at odio non erat consequat finibus at et quam. Donec congue ipsum ut aliquam iaculis. Sed at accumsan tortor, non consectetur nibh. Sed sit amet purus dui.</p>			<p>Integer at odio non erat consequat finibus at et quam. Donec congue ipsum ut aliquam iaculis. Sed at accumsan tortor, non consectetur nibh. Sed sit amet purus dui.</p> <p>Integer at odio non erat consequat finibus at et quam. Donec congue ipsum ut aliquam iaculis. Sed at accumsan tortor, non consectetur nibh. Sed sit amet purus dui. Di consed quodit illiquid eos pratia qui officium est, cusam, odignat es dolores erovideem.</p>		
			4					
			3					

Brochure double page

- 1 La grille est divisée en 3 colonnes de même largeur. Les colonnes sont divisées par des gouttières de même largeur de 0,125 pouce.
- 2 Il y a une marge constante de 0,5 pouce dans tous les documents de format 8 1/2 x 11 po.
- 3 Lorsqu'une brochure comporte plusieurs doubles pages, le fond blanc est privilégié.
- 4 On utilise deux couleurs pour le texte bilingue, soit le rouge foncé et le rouge soutenu.
- 5 Pour donner plus de visibilité à un film, on peut utiliser 2 à 3 colonnes.
- 6 Préconiser des photos de format 16:9 à l'exception du flyer producteurs (p.28).

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS

E-Blast





**MAKE LOTS
OF ROOM
IN YOUR AGENDA.**

It's going to be a BIG week.
Discover which Canadian films will be at Cannes [HERE](#).

- > [Festival](#)
- > [Perspective Canada](#) (Market screenings)
- > [Not Short on Talent](#) (curated program at the Short Film Corner)

Learn more about the films and consult the [screening schedule](#).





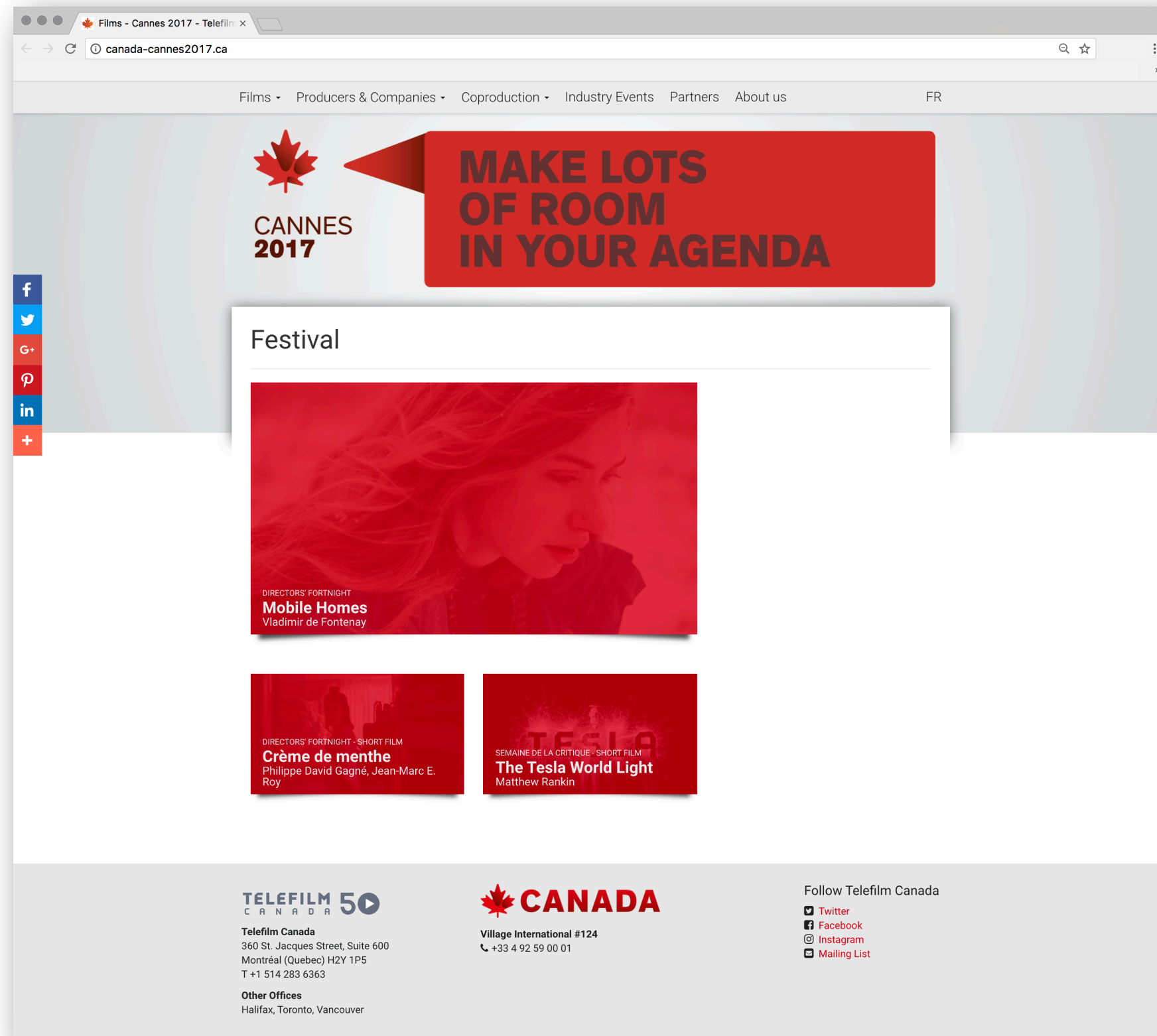
**FAITES BEAUCOUP
DE PLACE DANS
VOTRE AGENDA.**

La semaine sera chargée.
Découvrez quels films canadiens seront à Cannes [ICI](#).

- > [Festival](#)
- > [Perspective Canada](#) (une sélection au Marché)
- > [Talent Tout Court](#) (une sélection au Short Film Corner)

Apprenez-en davantage sur les films et consultez [l'horaire des projections](#).

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



Microsite

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS

Leaderboard
Cinando A



Leaderboard
Cinando B



GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



Kiosque



GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS


**CANNES
2017**

**A BIG THANKS
TO OUR
PARTNERS.
UN GRAND
MERCI À NOS
PARTENAIRES.**

**SEE BIG.
VOIR
GRAND.**

**ORGANIZED AND FINANCED BY
COORDONNÉ ET FINANCÉ PAR**

**TELEFILM 50
CANADA**

**PRINCIPAL PARTNER
PARTENAIRE PRINCIPAL**



**MAJOR PARTNERS
PARTENAIRES MAJEURS**

creativebc

 **BRITISH
COLUMBIA**

MFM

**CONTRIBUTING PARTNERS
PARTENAIRES CONTRIBUTEURS**

CMPA
Canadian Media
Producers Association

**SCREEN
NOVA SCOTIA**

Mur des
partenaires

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS

 CANNES 2017

CANADA HOUR

A LIVELY ATMOSPHERE FOR PROFESSIONAL ENCOUNTERS
UNE OCCASION IDÉALE POUR DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

SEE BIG.
VOIR GRAND.

AN INITIATIVE OF / UNE INITIATIVE DE 

COORDINATED BY / COORDONNÉ PAR 

PRINCIPAL PARTNER / PARTENAIRE PRINCIPAL 

MAJOR PARTNERS / PARTENAIRES MAJEURS  

CONTRIBUTING PARTNERS / PARTENAIRES CONTRIBUTEURS  

WITH THE SUPPORT OF / AVEC LE SOUTIEN DE  

CANADA-CANNES2017.CA  

 CANNES 2017

BIG THANKS. UN GRAND MERCI.

SEE BIG.
VOIR GRAND.

ORGANIZED AND FINANCED BY / COORDONNÉ ET FINANCÉ PAR 

PRINCIPAL PARTNER / PARTENAIRE PRINCIPAL 

MAJOR PARTNERS / PARTENAIRES MAJEURS  

CONTRIBUTING PARTNERS / PARTENAIRES CONTRIBUTEURS  

CANADA-CANNES2017.CA  

SEE BIG.
VOIR GRAND.



TELEFILM 50  

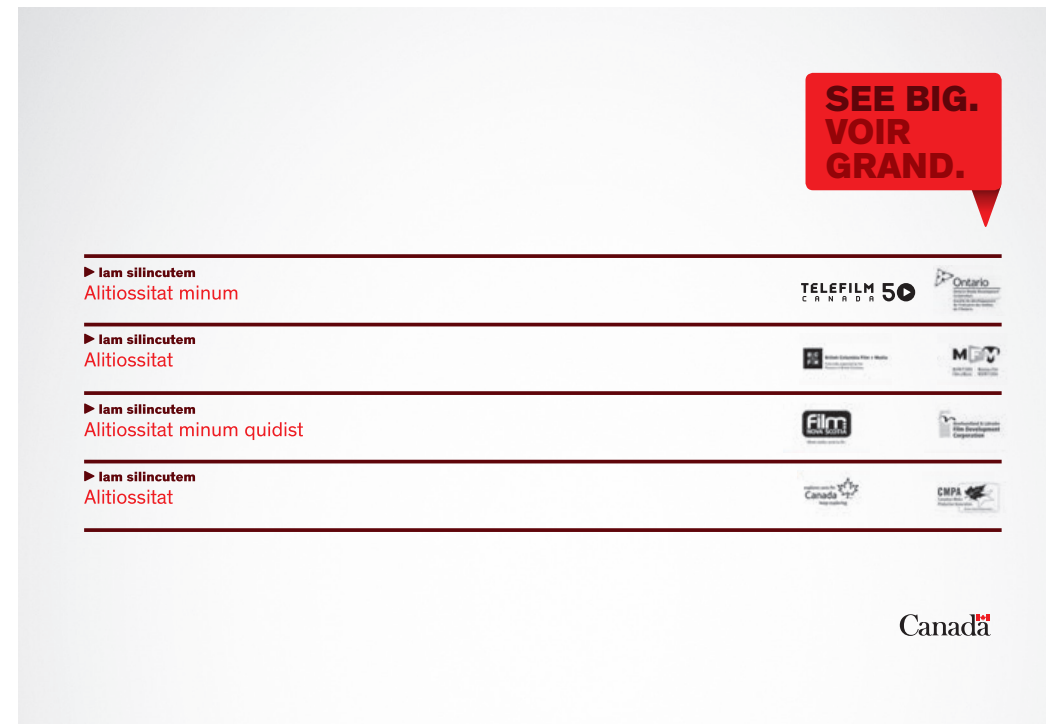
Bannières
Toulouse

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



Carton pour
identification
des équipes

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



Carton
d'invitation

GRILLES GRAPHIQUES ET DÉCLINAISONS



Carte d'affaires

CONCLUSION

CONCLUSION

La Canada est un immense pays, un pays à découvrir et toujours à redécouvrir, un pays où il y a beaucoup à voir et à entendre. Pour éviter de s'y perdre, il est parfois nécessaire de faire appel à un guide, comme celui que vous tenez entre les mains. Nous l'avons voulu ambitieux, mais facile d'approche et d'utilisation, afin de faciliter la communication avec ceux et celles qui de près ou de loin, ici comme ailleurs, s'intéressent à la production audiovisuelle canadienne.

CONTACT

Pour toute question concernant ce guide, veuillez communiquer avec notre personne-ressource :

**Ludovic Jaouen
Conseiller, marketing et image de marque
1.800.567.0890 #2149**