



Parcs Canada
Normes de la marque

Publications



Parcs Canada
Parks Canada

Canada

Table des matières

Exigences législatives et politiques.	3
Introduction	4
Éléments de l'image de marque.	5
Système de mesures proportionnelles	6
Zone exclusive.	7
Publications spécifiques à un endroit	10
Publications non spécifiques à un endroit	11
Polices de caractères	13
Typographie des titres	14
Palette de couleurs	16
Photographie.	19
Choix de la typographie.	20

Exigences législatives et politiques

En tant qu'Agence du gouvernement du Canada, Parcs Canada est tenu de respecter toutes les exigences législatives et politiques liées à la fonction des communications. Les exigences suivantes, énoncées dans la *Loi sur les langues officielles*, la *Politique sur les communications et l'image de marque*, et la *Directive sur la gestion des communications* sont applicables aux publications.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter les Normes de la marque Parcs Canada ou le site Web du gouvernement du Canada.

<http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=30683>

Langues officielles

- Les renseignements doivent être fournis dans les deux langues officielles.
- Les langues officielles doivent occuper une place identique, notamment par l'utilisation des mêmes couleurs, styles, tailles et types de polices.
- Les deux langues officielles doivent être présentées côte à côte.
- Si les deux langues apparaissent ensemble sur le même plan visuel, celle située à gauche, lorsqu'elles sont côte à côte, ou au-dessus, lorsqu'elles sont superposées, est la langue officielle de la province qui publie le contenu.

L'image de marque du gouvernement du Canada

- L'image de marque du gouvernement du Canada est appliquée de façon uniforme, présentée de la même manière dans les deux langues officielles; elle prime sur l'image de marque des ministères et ne doit pas être mise dans l'ombre par d'autres logos.
- Le titre Parcs Canada doit apparaître sur tous les produits de communication de l'agence et dans toutes les activités.

Symboles officiels

- Les symboles officiels du gouvernement du Canada - le mot-symbole et la signature de Parcs Canada - doivent figurer dans toutes les publications.
- Les symboles officiels sont affichés bien en évidence, sans autres éléments visuels ni arrière-plans visuellement dérangeants.

Introduction

Les Normes de la marque Parcs Canada pour les publications s'appliquent tant aux publications imprimées qu'électroniques. Ces produits comprennent les livres, les rapports, les brochures, les affiches, les bulletins, etc.

Les bases d'une marque solide se construisent à l'interne. Ces normes de marques doivent donc être appliquées à toutes les publications de Parcs Canada, qu'elles soient destinées à un public interne ou externe.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les *Normes de la marque Parcs Canada*, consultez :

<http://intranet2/our-work/brand.-web.-new-media/brand/?lang=fr>

Avez-vous des questions sur les *Normes de la marque Parcs Canada*? Vous pouvez envoyer vos demandes à :

marque.brand@pc.gc.ca

Éléments de l'image de marque

Les éléments de l'image de marque ci-dessous sont utilisés en combinaison pour identifier Parcs Canada dans les publications. Ces éléments sont le mot-symbole Canada, la signature Parcs Canada, le symbole du castor et l'identificateur unique.

The word "Canada" in a serif font, with a small Canadian flag icon integrated into the letter 'a'.

Mot-symbole Canada

The logo consists of a stylized Canadian flag icon (a maple leaf between two vertical bars) followed by the text "Parks Canada" and "Parcs Canada" stacked vertically.

Signature Parcs Canada



Symbole du castor

The logo features the same beaver symbol as above, followed by the text "Parc national" and "Banff" stacked vertically.

Identificateur unique du Parc national Banff

Système de mesures proportionnelles

La *Politique sur les communications et l'image de marque* vise à ce que l'image de marque du gouvernement du Canada soit utilisée uniformément, prime l'image de marque de chaque ministère, et ne soit pas assombrie par d'autres logos.

Pour respecter les exigences de cette politique, un système de mesures proportionnelles a été élaboré pour s'assurer que le mot-symbole Canada, la signature Parcs Canada et l'identificateur unique soient toujours utilisés uniformément sur les produits de Parcs Canada.

On utilise la hauteur du mot-symbole Canada comme unité de mesure. Les dimensions de la signature Parcs Canada et l'identificateur unique sont proportionnelles à celle du mot-symbole Canada.

Dans l'ensemble de ces normes, « x » représente la hauteur du mot-symbole Canada et correspond à « 1x ». La taille de « x » varie selon la taille de la publication. Par exemple, sur une publication de 8,5 po x 11 po, « x » mesure 18 points.

Dimension minimale de « x »

La mesure minimale de « x » est 12 points.



Dimension du mot-symbole Canada

La hauteur du mot-symbole Canada est égale à « x ».



Dimension de la signature Parcs Canada

La signature Parcs Canada et le mot-symbole Canada s'appuient sur la même ligne de base. Le haut du drapeau de la signature s'aligne au bas du drapeau du mot-symbole.



Dimension de l'identificateur unique

La hauteur du castor est égale à « 1x », mesurée à partir du haut du dos au bas de la queue.

Dimension de la publication	Taille de « x »			
	points	picas	millimètres	pouces
4 po x 9 po	18 points	1,5 pica	6,35 mm	0,25 pouce
8,5 po x 11 po	18 points	1,5 pica	6,35 mm	0,25 pouce
11 po x 17 po	24 points	2 picas	8,47 mm	0,33 pouce
Dimension minimale	12 points	1 pica	4,23 mm	0,17 pouce

Zone exclusive

La Politique sur les communications et l'image de marque et les normes associées fournissent une orientation quant à l'utilisation et à l'application de la signature Parcs Canada et du mot-symbole Canada. Le Programme de coordination de l'image de marque (PCIM) précise que les éléments de cette image de marque doivent être affichés sur un fond uni. Pour respecter cette exigence, une zone exclusive réservée à la signature Parcs Canada et au mot-symbole Canada a été créée selon les spécifications du PCIM.

La zone exclusive est réservée aux éléments de l'image de marque de Parcs Canada. Aucun autre élément graphique ne doit être placé dans la zone exclusive.

Impression pleine page

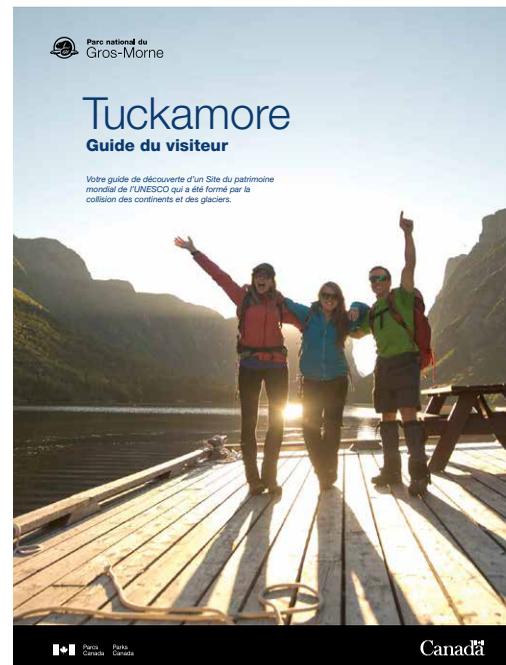
Lorsqu'une image ou un élément d'une page touche le bord d'une page et ne laisse aucune marge, on parle d'impression pleine page. L'impression qui vise un format un peu plus grand que le format final du produit désiré sur une feuille surdimensionnée avant d'être rognée au format final crée des bords perdus.

Couleur

Une publication pleine page présentera les identificateurs en blanc sur un fond noir. La majorité des publications de Parcs Canada sont imprimées pleine page.



Zone exclusive sur fond noir.



Champ de conception flexible

La zone exclusive

Exemple de publication pleine page d'un document 8,5 po x 11 po où les identificateurs blancs sont sur le fond noir de la zone exclusive.

Zone exclusive (suite)

Impression avec marge

Pour les documents imprimés sur une imprimante de bureau à jet d'encre, sur une imprimante laser ou photocopiés, il n'est pas possible d'imprimer pleine page.

Lors de l'impression de documents avec marge, il faut s'assurer que les éléments de l'image de marque ne sont pas accidentellement coupés à l'impression. Il est possible d'éviter cette situation en déplaçant les éléments de l'image de marque en dehors de la zone non imprimable, la marge autour du périmètre de la page.

Couleur

Une publication avec marge présentera les identificateurs en noir sur un fond blanc.

Modèles de Microsoft Word

Les modèles de publication Microsoft Word ont été créés pour de l'impression à faible volume sur une imprimante de bureau et sont accessibles sur l'Intranet. Le fond de la zone exclusive est blanc parce que ces modèles ont été créés pour l'impression avec marge sur une imprimante de bureau. Il est recommandé d'utiliser un logiciel de mise en page professionnel (Adobe Creative Suite) pour l'impression commerciale en grande quantité.

<http://intranet2/our-work/brand.-web.-new-media/brand/applying-our-brand/publication-templates-in-microsoft-word/?lang=fr>

Parcs nationaux Banff National Park

Avis aux pêcheurs

Ruisseau owen : Modification à la saison de pêche

Date : Émis le 2016-04-26
Heure : 14:42:31

En vertu du paragraphe 35(1) du Règlement sur la pêche dans les parcs nationaux du Canada, la directrice de l'Unité de gestion du secteur de Lake Louise et des parcs nationaux Yoho et Kootenay modifie la saison de pêche dans le cours d'eau du parc décrit ci-dessous afin de protéger, de conserver et de gérer les poissons qui y vivent.

Cours d'eau
Le tronçon du Ruisseau Owen qui coule dans le parc national Banff. Ce ruisseau est un tributaire de la rivière Saskatchewan Nord qui traverse la route 11 près de la limite du parc national Banff.

Modification
Pêche à la ligne autorisée du 1er juillet au 15 août annuellement.

Objet de la modification
Pour la protection de l'omble à tête plate pendant la période de frai et d'incubation automnale.

Date d'entrée en vigueur
01/04/2016

Parcs Canada

Exemple de publication de 8,5 po x 11 po avec marge

Les éléments de l'image de marque ont été déplacés en dehors de la zone non imprimable.

Parcs nationaux Banff National Park

Avis aux pêcheurs

Ruisseau owen : Modification à la saison de pêche

Date : Émis le 2016-04-26
Heure : 14:42:31

En vertu du paragraphe 35(1) du Règlement sur la pêche dans les parcs nationaux du Canada, la directrice de l'Unité de gestion du secteur de Lake Louise et des parcs nationaux Yoho et Kootenay modifie la saison de pêche dans le cours d'eau du parc décrit ci-dessous afin de protéger, de conserver et de gérer les poissons qui y vivent.

Cours d'eau
Le tronçon du Ruisseau Owen qui coule dans le parc national Banff. Ce ruisseau est un tributaire de la rivière Saskatchewan Nord qui traverse la route 11 près de la limite du parc national Banff.

Modification
Pêche à la ligne autorisée du 1er juillet au 15 août annuellement.

Objet de la modification
Pour la protection de l'omble à tête plate pendant la période de frai et d'incubation automnale.

Date d'entrée en vigueur
01/04/2016

Parcs Canada

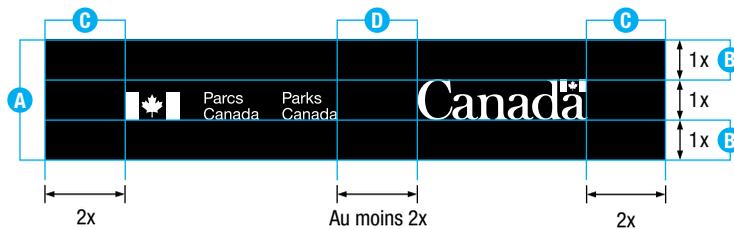
Exemple de publication 8,5 po x 11 po pleine page imprimée par une imprimante de bureau

Les éléments de la marque et le fond noir de la zone exclusive sont coupés parce qu'ils sont placés dans une zone hors impression.

Zone exclusive (suite)

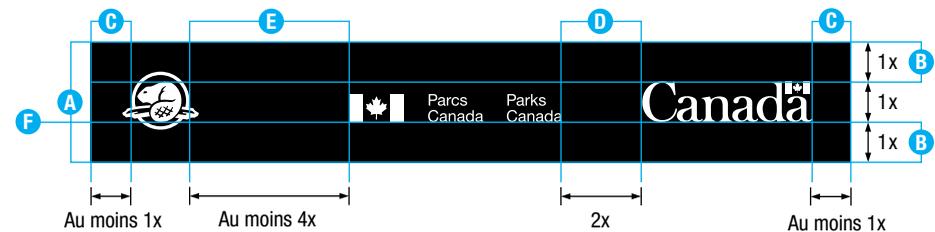
Dans la zone exclusive, la signature Parcs Canada et le mot-symbole Canada sont positionnés côte à côte.

Si la publication n'est pas liée à un site spécifique, l'identificateur unique est remplacé par le symbole du castor. Si l'espace le permet, le symbole du castor est placé dans la zone exclusive.



Zone exclusive spécifique à un site

- A** La hauteur de la zone exclusive est 3x.
- B** Les marges au haut et au bas de la zone exclusive sont 1x.
- C** Les marges standard à gauche et à droite de la zone exclusive sont 2x. Les marges peuvent avoir une taille différente pour les aligner à un autre élément de la mise en page. Les marges minimales à gauche et à droite de la zone exclusive sont 1x.
- D** L'espace minimal entre la signature de Parcs Canada et le mot-symbole Canada est 2x.



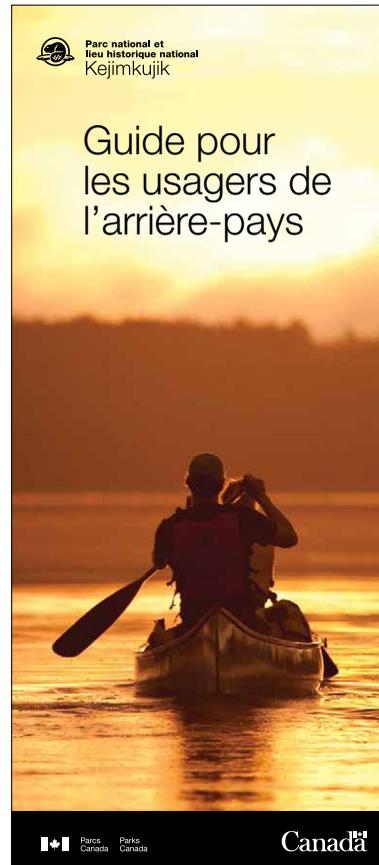
Zone exclusive non spécifique à un site

- A** La hauteur de la zone exclusive est 3x.
- B** Les marges au haut et au bas de la zone exclusive sont 1x.
- C** La marge minimale à gauche et à droite est 1x.
- D** L'espace standard entre la signature de Parcs Canada et le mot-symbole Canada est 2x.
- E** L'espace minimal entre le symbole du castor et la signature de Parcs Canada est 3x.
- F** Le bas de la queue du castor est aligné avec le bas de la signature de Parcs Canada et du mot-symbole Canada.

Publications spécifiques à un endroit

Lorsqu'une publication est spécifique à un endroit, un identificateur unique est positionné au haut de la page de couverture. L'identificateur unique peut être présenté en noir, en blanc ou en vert patrimoine. La zone exclusive est placée au bas de la page de couverture.

Il faut s'assurer que le contraste est maximal entre le fond et l'identificateur unique pour que la lisibilité soit optimale. Lorsque le fond est surchargé et qu'il nuit à la lisibilité, il faut placer une version en blanc de l'identificateur unique sur un fond uni.



Exemple de couverture d'une publication de 4 po x 9 po

L'identificateur unique est placé sur l'image.



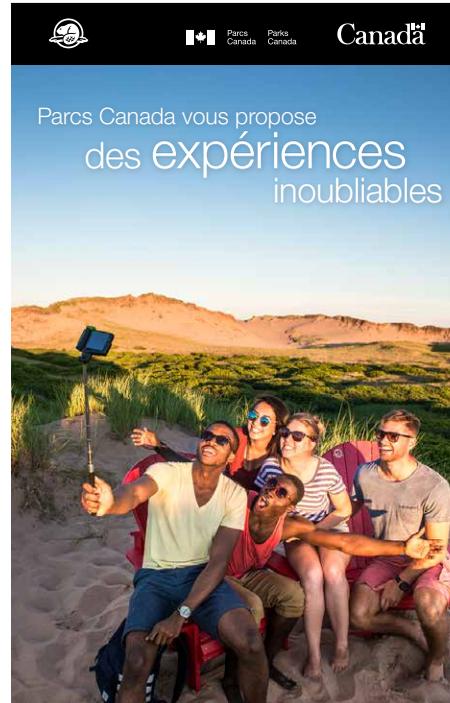
Exemple de carton d'information de 4,25 po x 6 po

Le bleu des aires marines nationales de conservation est utilisé comme couleur de fond pour obtenir un contraste maximal entre l'identificateur unique et le fond.

Publications non spécifiques à un endroit

Si la publication n'est pas liée à un site spécifique, l'identificateur unique est remplacé par le symbole du castor.

Si l'espace le permet, le symbole du castor est placé dans la zone exclusive. La zone exclusive est déplacée au haut pour que le castor apparaisse toujours au haut de la couverture de la publication.



Exemple de couverture d'une publication de 5,5 po x 8,5 po

Si l'espace le permet, le symbole du castor est placé dans la zone exclusive.

Publications non spécifiques à un endroit (suite)

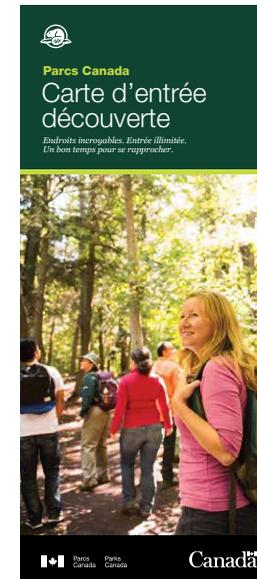
Le symbole du castor est placé au haut d'un espace de conception flexible sur les publications étroites qui ne peuvent accueillir le symbole du castor dans la zone exclusive. La zone exclusive est placée au bas de la page.

Le symbole du castor peut être présenté en noir, en blanc ou en vert patrimoine. Il faut s'assurer que le contraste est maximal entre le fond et le symbole du castor pour que la lisibilité soit optimale. Lorsque le fond est surchargé et qu'il nuit à la lisibilité, il faut placer une version en blanc du symbole du castor sur un fond uni.



Exemple de couverture d'une publication de 4 po x 9 po

Le symbole du castor est placé sur l'image.



Exemple de couverture d'une publication de 4 po x 9 po

Le vert patrimoine est utilisé comme couleur de fond derrière le symbole du castor pour augmenter la lisibilité.

← Champ de conception flexible

← La zone exclusive

Polices de caractères

Helvetica Neue

La police de caractères principale des publications de Parcs Canada est Helvetica Neue. Cette police de caractères est utilisée pour les titres, les entêtes et les sous-titres.

Helvetica Neue étroit

La version condensée de Helvetica Neue est habituellement utilisée pour les légendes et les tableaux ou lorsque l'espace est limité.

Famille *Helvetica Neue*

45 maigre
46 *maigre italique*
55 romain
56 *italique*
75 gras
76 *gras italique*
85 très gras
86 *très gras italique*

Famille *Helvetica Neue étroit*

57 étroit
57 *étroit italique*
77 gras étroit
77 *gras étroit italique*
97 très gras étroit
97 *très gras étroit italique*

Georgia

La police Georgia est généralement utilisée pour le texte principal.

Komika

La police Komika est utilisée pour les bulles narratives. Elle ne doit pas être utilisée à d'autres fins. Les bulles narratives sont généralement exigées dans les produits destinés aux enfants.

Georgia

normal
italique
gras
gras italique

Texte Komika

Normale
Gras

Affichage Komika

Normale
Gras



Exemple d'illustration d'une bulle de texte.

Typographie des titres

Pour les titres de publication, le texte est habituellement écrit en lettres majuscules et minuscules Helvetica Neue 45 maigre. Un titre secondaire peut être ajouté pour améliorer la communication. Pour ce texte secondaire, on emploie la police Helvetica Neue 85 très gras.

Hiérarchie des titres

La relation proportionnelle entre un titre principal et un titre secondaire variera en fonction du nombre de caractères des titres. La taille de police du titre secondaire est généralement la moitié de la taille de police du titre principal, ou moins.

Alignement

L'alignement normal des titres est aligné à gauche, décalé à droite.

Couleur du grand titre

La couleur des titres doit être choisie dans la palette de couleurs de Parcs Canada.

Revivez l'époque

Titre standard écrit en Helvetica Neue 45 maigre.

Guide du visiteur
Votre guide de découverte d'une oasis de vie sauvage

Titre principal en Helvetica Neue 45 maigre et titre secondaire en Helvetica Neue 85 très gras.

Envie de partir?
Parcs Canada
s'occupe de tout

Titre principal en Helvetica Neue 45 maigre et titre secondaire en Helvetica Neue 85 très gras.

Typographie des titres (suite)



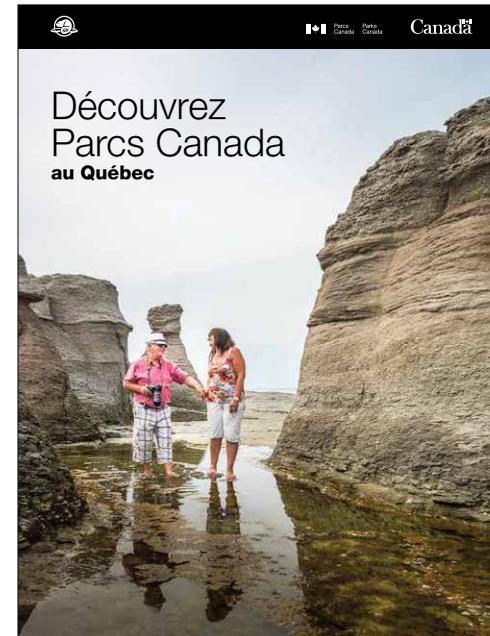
Exemple de titre principal sur la couverture d'une publication de 8,5 po x 11 po

La publication est spécifique à un site.



Exemple de titre principal et de titre secondaire sur la couverture d'une publication de 4 po x 9 po

La publication est spécifique à un site.



Exemple de titre principal et de titre secondaire sur la couverture d'une publication de 8,5 po x 11 po

La publication n'est pas spécifique à un site.

Palette de couleurs

La palette de couleurs de Parcs Canada comprend une gamme de 23 couleurs qui peuvent être utilisées pour les publications.

Couleur de l'Agence

Le vert patrimoine est la couleur officielle de l'Agence. Lorsque les produits nationaux ne concernent pas un site précis, il est possible d'incorporer le vert patrimoine,

Couleurs des programmes

Les couleurs des programmes sont le vert des parcs nationaux, le rouille des lieux historiques nationaux, le bleu des aires marines nationales de conservation et le prune des parcs urbains nationaux. Ces couleurs peuvent être utilisées pour identifier chaque programme et pour mettre en relief les différents secteurs du programme si nécessaire.

Couleurs neutres « galet »

Les couleurs neutres « galet » sont habituellement employées comme couleurs secondaires.

Couleur	CMJN	RVB	Web Smart	Pantone ©	
	Printemps	28 / 0 / 92 / 0	200 / 216 / 80	#c8d850	382
	Fougère	50 / 0 / 96 / 0	158 / 197 / 81	#9ec551	376
	Vert des parcs nationaux	70 / 0 / 100 / 35	85 / 131 / 59	#55833b	364
	Vert patrimoine	60 / 0 / 55 / 80	43 / 70 / 53	#2b4635	553
	Laiton	0 / 30 / 100 / 0	236 / 183 / 49	#ecb731	130
	Automne	0 / 64 / 95 / 0	217 / 122 / 51	#d97a33	158
	Rouille des lieux historiques nationaux	0 / 80 / 100 / 20	173 / 76 / 36	#ad4c24	180
	Brique	12 / 95 / 59 / 54	102 / 21 / 45	#66152d	188
	Coquille d'œuf	49 / 0 / 8 / 0	149 / 206 / 228	#95cee4	630
	Ciel	68 / 3 / 0 / 0	106 / 186 / 236	#6abaec	298
	Bleu des aires marines nationales de conservation	100 / 50 / 0 / 0	30 / 113 / 184	#1e71b8	2935
	Minuit	95 / 72 / 9 / 38	37 / 60 / 108	#253c6c	534
	Flore	25 / 45 / 0 / 0	177 / 147 / 193	#b193c1	7439
	Lavande	45 / 70 / 0 / 0	137 / 101 / 167	#8965a7	2583
	Prune des parcs urbains nationaux	40 / 100 / 0 / 10	127 / 33 / 127	#7f217f	512
	Merlot	35 / 100 / 0 / 40	99 / 0 / 93	#63005d	261

Palette de couleurs (suite)

	Couleur	CMJN	RGB	Web Smart	Pantone ®
	Galet	0 / 9 / 17 / 46	156 / 144 / 132	#9c9084	Warm Gray 8
	Galet, teinte 1	0 / 6 / 13 / 34	180 / 170 / 159	#b4aa9f	Warm Gray 6
	Galet, teinte 2	0 / 3 / 9 / 22	206 / 199 / 188	#cec7bc	Warm Gray 4
	Galet, teinte 3	0 / 2 / 5 / 10	231 / 225 / 218	#e7e1da	Warm Gray 2
	Rouge PCIM	0 / 100 / 100 / 0	235 / 45 / 55	#FF0000	032
	Noir*	0 / 0 / 0 / 100	0 / 0 / 0	#000000	
	Blanc	0 / 0 / 0 / 0	255 / 255 / 255	#FFFFFF	

* Pour toutes les illustrations des normes graphiques, la couleur noire qui est utilisée correspond à la combinaison CMJN 0/0/0/100. Certains fabricants peuvent exiger que les graphiques soient créés avec un « noir riche » (p. ex. la combinaison CMJN 20/20/20/100). Suivez toujours les indications du fabricant au moment de créer des fichiers qui contiennent du noir. Vérifiez les épreuves du fabricant pour vous assurer que le noir est imprimé correctement.

Palette de couleurs (suite)

DÉCOUVREZ PARCS CANADA

Découvrez de nouvelles activités et expériences qui pourraient être ajoutées à vos itinéraires. Des suggestions allant d'une expérience patrimoniale de l'histoire, telle que le tir de canon, à de spectaculaires randonnées guidées selon plaisir à vos clients, qui vivent assurément des moments inoubliables durant leur visite à un parc national ou à un lieu historique national.

Proposez à vos clients la possibilité de renouer avec les cultures et traditions autochtones dans nos endroits, comme nul part ailleurs. Aux côtés de nos partenaires, faites un voyage unique en explorant les nations autochtones du Canada. Importez-vous des différentes cultures, lesquelles sont encore vivantes, vibrantes et fascinantes.

Évaluez-vous au Parc National de La Mauricie (200 km de Montréal) ou faites un arrêt au Lieu historique national de la Maison Laurier, résidence de deux premiers ministres (Ottawa). Les 168 sites historiques nationaux de Parcs Canada racontent la riche histoire du

Canada et vous offrent des occasions idéales de découvertes. Vous pourrez y trouver votre nouveau lieu préféré.

Ajoutez une activité spéciale à votre visite! Des visites guidées, des activités interactives ou des expériences hors du commun donnent vie à ces lieux. Vos clients apprécieront la dégustation de chocolat au Lieu historique nationale de la Forteresse de Louisbourg ou la détente dans les sources chaudes des Rocheuses canadiennes. Ces activités spéciales donneront à vos clients de mémorables souvenirs (activités payantes).

L'équipe de voyageurs de Parcs Canada sera heureuse de suggérer de nouvelles activités dans les lieux que vous visiteront ou de nouveaux lieux qui conviendraient à votre itinéraire. Nous serons heureux de vous accueillir avec vos clients en 2017.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur des réservations en 2017 et l'accès à l'entrée gratuite :

parcsCanada.gc.ca

EXPERIENCES CANADIENNES DISTINCTIVES

Les neuf **Expériences canadiennes distinctives** de Parcs Canada invitent vos clients à vivre une expérience immersive dans quelques-unes des régions les plus merveilleuses du pays. Ils plongent les mains dans les eaux thermales fumantes du Lieu historique national de Cave and Basin, le lieu de naissance des Parcs nationaux du Canada, ou lèvent un verre avec un Viking avant d'entreprendre des récits dramatiques des saurs-vikings au Lieu historique national de L'Anse au Meadow, lieu de la première preuve de la présence européenne en Amérique du Nord. Ils seront inspirés par le coucher de soleil dans les montagnes du Parc national des Hautes-Terres-du-Cap-Itan qui se déroulent

dans la mer et touchés par les récits impressionnants des immigrants irlandais mis en quarantaine au Lieu historique national de Grasse-Isle lorsqu'ils entrèrent dans les douanes de distinction.

La gamme des **Expériences canadiennes distinctives** offre une variété d'expériences uniques que les voyageurs peuvent proposer et qui illustrent les beautés du Canada. Ajoutez-les une à votre voyage! Pour obtenir de plus amples renseignements et la liste complète des **Expériences canadiennes distinctives** :

<http://www.pc.gc.ca/fr/voyage-travel>

Planifiez votre visite

Le site de Parcs Canada nouvellement mis à jour regorge de renseignements précieux pour la planification de votre voyage. Découvrez des activités et des expériences surprenantes que vous pourrez ajouter à votre itinéraire et télécharger les guides régionaux de visite ainsi que la liste des 10 incontournables, des suggestions d'itinéraires, et d'autres idées.

parcsCanada.gc.ca/visite

POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS

Communiqués aux médias :
Catherine ou les voyageurs
Jennifer Barrell
Jennifer.barrell@pc.gc.ca
204-964-4909

Visitez notre site Web :
<http://www.pc.gc.ca/fr/voyage-travel>

SUIVEZ-NOUS SUR :

- [parcsCanada](#)
- [parcsCanada](#)
- [parcsCanada](#)

Exemple d'étalement sur deux pages intérieures (brochure de 8,5 po x 11, po)

L'étalement intérieur comprend les couleurs de la palette de couleurs de Parcs Canada.

Photographie

Il est recommandé d'utiliser une seule image sur la page couverture des publications qui servent à promouvoir un site, une activité ou un événement de Parcs Canada. L'image sélectionnée doit représenter le public cible participant à une activité ou vivant une expérience qui reflète leurs intérêts et leurs motivations. L'image idéale aura un arrière-plan emblématique propre au site visé. Les expressions faciales des personnes traduisent la joie que leur procure le moment qu'elles vivent. La combinaison des expressions faciales, de l'activité et de l'arrière-plan communiquera visuellement le sentiment de connexion au site.



Choix de la typographie

Pour que les publications respectent les lignes directrices relatives à l'accessibilité, il faut suivre certaines recommandations. Elles permettent de faire en sorte que les publications de Parcs Canada respectent les normes d'accessibilité du gouvernement du Canada.

Utilisation des polices de caractères

La police Georgia ordinaire devrait être utilisée pour le texte principal dans toute publication dont la lecture est plus longue. Pour créer le contraste, et lors de la construction de la hiérarchie du texte du document, les familles de polices Georgia et Helvetica Neue sont les polices de choix. Il faut éviter d'employer les versions italiques ou gras de ces polices pour les textes longs. Les caractères majuscules devraient être réservés aux titres, aux en-têtes ou à la mise en évidence d'une petite partie de texte.

Choix de la taille de la police

En typographie, la hauteur x correspond à la distance entre la ligne de base et la ligne moyenne des lettres minuscules. Cette hauteur est habituellement celle de la lettre « x » minuscule de la police, qui est mesurée en points, le système de mesure des polices de caractères.

La hauteur x d'une police influence sa lisibilité et aura un effet d'agrandissement ou de réduction pour une taille de point similaire, comme l'illustre l'exemple présenté. Il s'agit d'une des raisons pour lesquelles il serait faux de dire que toutes les polices de caractères devraient avoir une certaine taille pour que la lisibilité soit optimale. D'autres facteurs comme l'interlignage, la largeur de la colonne, les rues, l'alignement et le contraste entre le fond et le texte doivent également être pris en considération.

Le texte principal du présent document est en Georgia ordinaire, 9 points, et l'interlignage est à 12 points. La largeur de la colonne est d'environ 50 caractères par ligne. La rue entre chaque colonne de texte correspond à environ 10 % de la largeur de la colonne. Le paramètre de suivi par défaut est appliqué au texte. Tout le texte est aligné à gauche, décalé à droite.



Deux polices de caractères ayant des hauteurs x différentes

Les exemples présentés illustrent la variation de la hauteur x d'une police à l'autre. Les deux exemples sont présentés à 36 points, mais la hauteur x plus grande de la police Georgia donne l'impression qu'elle est plus grande que les autres polices non utilisées pour la marque, comme Garamond.

Choix de la typographie (suite)

Interlignage

L'interlignage est l'espace entre deux lignes. L'interlignage approprié augmentera la lisibilité du texte en aidant l'œil à balayer jusqu'à la fin de la ligne et à recommencer à la prochaine ligne. Il faut choisir, au minimum, un interligne qui correspond à 20 % de la taille de la police. L'augmentation de l'interlignage améliore généralement la lisibilité.

Lorem ipsum dolor sit amet, eu eius corrumpit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritu in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex. Duo ut nemore deseruisse theophrastus, ex augue audiam sit. Falli movet vel ad. Denique facilisi te vis.

Texte dont l'interlignage est adéquat.

~~Lorem ipsum dolor sit amet, eu eius corrumpit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritu in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex. Duo ut nemore deseruisse theophrastus, ex augue audiam sit. Falli movet vel ad. Denique facilisi te vis.~~

Il est préférable de ne pas présenter le texte sans interlignage ou avec un interlignage faible.

Choix de la typographie (suite)

Largeur de la colonne

La largeur de la colonne est exprimée en nombre de caractères par ligne. Un texte long ne devrait pas être mis en page en colonnes étroites de moins de 20 caractères par ligne et en colonnes très larges de texte comportant plus de 55 caractères par ligne. Si la ligne est trop longue, la capacité de parcourir efficacement le texte de la fin d'une ligne au début de l'autre est grandement réduite. Par contre, si la ligne est trop courte, les mots ou les phrases qui devraient être lus comme une unité seront brisés.

Lorem ipsum dolor sit amet, eu eius corruptit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritus in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit.

Largeur de colonne appropriée de 35 caractères.

Lorem ipsum dolor sit amet, eu eius corruptit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritu in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex. Duo ut nemore deseruisse theophrastus, ex augue audiam sit. Falli movet vel ad. Denique facilisi te vis.

Largeur de colonne appropriée de 50 caractères.

Lorem ipsum dolor sit amet, eu eius corruptit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritus in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex. Duo ut nemore deseruisse theophrastus, ex augue audiam sit.

Une largeur de colonne supérieure à 55 caractères est plus difficile à lire.

Lorem ipsum dolor sit amet, eu eius corruptit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora.

Une largeur de colonne inférieure à 20 caractères est plus difficile à lire.

Choix de la typographie (suite)

Les rues

La rue est l'espace séparant deux colonnes de texte ou l'espace séparant une colonne de texte et une illustration. Pour une lisibilité optimale, une rue devrait avoir au moins 10 % de la largeur de la colonne. Une règle verticale mince dessinée au centre de la rue peut contribuer à réduire la tendance à « traverser » la rue pour aller à la colonne suivante.

Lorem ipsum dolor sit amet, eu eius corruptit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritus in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit

labore nec ex. Duo ut nemore deseruisse theophrastus, ex augue audiam sit. Falli movet vel ad. Denique facilisi te vis. Primis inermis corruptit ea vel, facer soleat scripta pro cu. Fugit civibus at duo. Reque corpora euripidis et sea. Has te albucius aliquando moderatius, mei ut dicat appareat tincidunt, quo ea adhuc necessitatibus. Ius ex ferri eloquentiam, ius audire eleifend ei, has elit impetus in. Ea quando nostrud pro, no usu eros suavitate.

Espace de rue approprié.

Lorem ipsum dolor sit amet, eu eius corruptit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritus in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor

mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex. Duo ut nemore deseruisse theophrastus, ex augue audiam sit. Falli movet vel ad. Denique facilisi te vis. Primis inermis corruptit ea vel, facer soleat scripta pro cu. Fugit civibus at duo. Reque corpora euripidis et sea. Has te albucius aliquando moderatius, mei ut dicat appareat tincidunt, quo ea adhuc necessitatibus. Ius ex ferri eloquentiam, ius audire eleifend ei, has elit impetus in.

Espace de rue approprié et ligne dessinée.

~~Lorem ipsum dolor sit amet, eu eius corruptit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritus in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex.~~

~~Duo ut nemore deseruisse theophrastus, ex augue audiam sit. Falli movet vel ad. Denique facilisi te vis. Primis inermis corruptit ea vel, facer soleat scripta pro cu. Fugit civibus at duo. Reque corpora euripidis et sea. Has te albucius aliquando moderatius, mei ut dicat appareat tincidunt, quo ea adhuc necessitatibus. Ius ex ferri eloquentiam, ius audire eleifend ei, has elit impetus in. Ea quando nostrud pro, no usu eros suavitate. Nec quem quando cu.~~

Un espace de rue étroit réduit la lisibilité.

Choix de la typographie (suite)

Crénage et espacement

Le crénage est le terme employé pour décrire l'espace entre une chaîne de mots et de lettre dans une phrase ou un paragraphe. Les ajustements du crénage sont habituellement faits sur le texte complet dans le but d'améliorer la lisibilité.

L'espacement, qui est l'ajustement de l'espace entre chacune des lettres, est une préoccupation seulement lorsque la police de caractères est grande, comme dans les titres ou les en-têtes. Chaque lettre ayant une forme unique, la combinaison de certaines lettres, comme AV ou Te, peut donner des espacements irréguliers et nuire à la lisibilité, ou encore perturber l'intégrité visuelle d'un mot. Il convient d'ajuster l'espace entre les lettres pour obtenir une uniformité générale de l'espacement entre les lettres d'un mot et améliorer la lisibilité.



Espacement standard

L'espace entre « p » et « a » est exagéré. L'espace entre « a » et « r » est trop petit.



Crénage

En ajustant l'espacement entre les lettres, le mot prend une apparence plus unifiée.

Choix de la typographie (suite)

Alignement

Le texte sera plus facile à lire s'il est aligné à gauche, décalé à droite. Les textes alignés à droite, décalés à gauche ou centrés sont difficiles à lire parce que l'œil, se déplaçant de gauche à droite, ne peut pas facilement trouver le début de chaque ligne. Le texte justifié est plus difficile à lire parce que l'espacement entre les lettres et les mots n'est pas uniforme.

Cet exemple démontre l'augmentation de la lisibilité et convient à de longs textes.

Lorem ipsum dolor sit amet, cu eius corrumpit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritus in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex.

Texte aligné à gauche, décalé à droite

Les exemples suivants démontrent la diminution de la lisibilité; cette disposition devrait être évitée pour les longs textes.

~~Lorem ipsum dolor sit amet, cu eius corrumpit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritus in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex.~~

Texte aligné à droite, décalé à gauche

~~Lorem ipsum dolor sit amet, cu eius corrumpit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritus in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex.~~

Texte centré

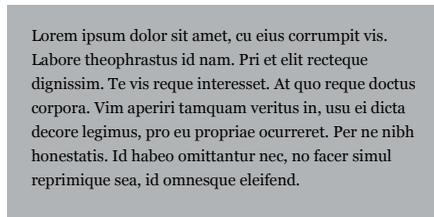
~~Lorem ipsum dolor sit amet, cu eius corrumpit vis. Labore theophrastus id nam. Pri et elit recteque dignissim. Te vis reque interesset. At quo reque doctus corpora. Vim aperiri tamquam veritus in, usu ei dicta decore legimus, pro eu propriae occurreret. Per ne nibh honestatis. Id habeo omittantur nec, no facer simul reprimique sea, id omnesque eleifend rationibus sit. Eos id facer novum dissentiet, ne vel tempor mnesarchum vituperata, vidit labore nec ex.~~

Texte justifié

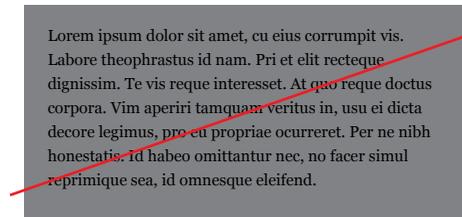
Choix de la typographie (suite)

Contraste entre le fond et le texte

Les motifs, les images et les couleurs placés derrière le texte peuvent influencer la lisibilité. Cette interférence sera réduite si le contraste est maximal entre le fond et le texte. Lorsque le texte est en surimpression, la valeur du fond ne devrait pas dépasser 35 % de la couleur du texte, pour que la valeur de contraste maximale entre le texte et le fond soit de 65 %.



Texte noir sur un fond noir de 35 %.



Texte noir sur un fond noir de 60 %.

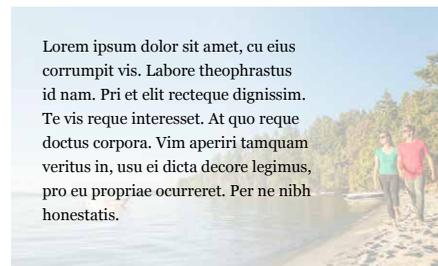
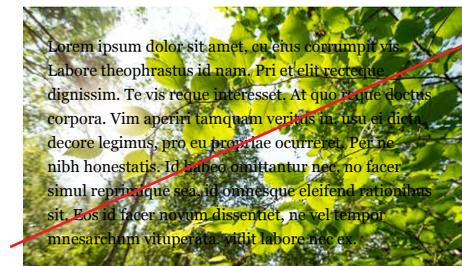


Image fantôme sous le seuil de 35 % de la couleur du texte.



L'image dépasse le seuil de 35 % de la couleur du texte. L'image comporte des zones claires et des zones sombres qui réduisent d'autant la lisibilité du texte.



Le texte est placé dans une zone d'image qui offre un contraste acceptable entre le texte et le fond.