



Centre pour l'enfant et la famille

# Lignes directrices sur l'identité visuelle

Ministère de l'Éducation

Novembre 2017

# Introduction

---

La représentation visuelle de la marque ON y va joue un rôle clé dans la manière dont nous sommes perçus à l'interne par nos divers partenaires et à l'externe par les collectivités que nous servons. Il est important de représenter cette marque de façon à bien communiquer sa promesse. Toutes nos communications doivent témoigner de la qualité et du souci du détail qui caractérisent nos pratiques professionnelles.

Nous visons un but commun en mettant ces lignes directrices en place. En effet, nous voulons assurer une cohérence totale pour ce qui est de l'utilisation de la marque ON y va dans toutes nos communications.

Les présentes lignes directrices, qui expliquent de manière complète comment représenter correctement et de façon cohérente l'identité visuelle de la marque ON y va, sont destinées aux gestionnaires des services municipaux regroupés et aux conseils d'administration de district des services sociaux ainsi qu'aux centres pour l'enfant et la famille ON y va.

Si vous devez utiliser la marque dans une application qui répond aux besoins de votre marché ou si vous avez des doutes au sujet d'une utilisation particulière de l'identité de la marque, veuillez nous contacter à l'adresse : **ONyva@ontario.ca**

## Valeurs de la marque

---

### **Compassion**

Nous nous soucions du bien-être des collectivités que nous soutenons.

### **Détermination**

Nous accroissons les moyens mis à la disposition des parents et des familles en renforçant les capacités des enfants et en les aidant à réaliser leur plein potentiel.

### **Inclusion**

Nous nous appliquons à faire le nécessaire pour que tout le monde éprouve un sentiment d'appartenance.

### **Excellence**

Nous offrons des programmes de très haute qualité fournis par des professionnels qualifiés.

## Vision de la marque

---

Un programme communautaire reconnu destiné aux familles et aux fournisseurs de services de garde d'enfants qui vise à aider les enfants à réaliser leur plein potentiel.

# La promesse de la marque

---

Un enfant est source d'amour, d'espoir, de joie et de rêves, mais aussi de craintes et d'inquiétudes.

ON y va est un carrefour communautaire où les parents, les fournisseurs de services de garde et les enfants trouvent des programmes et des services qui leur permettent de renforcer leurs points forts et de continuer à s'enrichir et à s'épanouir.

Un carrefour où les parents et les personnes qui s'occupent de la garde d'enfants ont la possibilité de tisser des liens et des relations qui seront utiles pour aider les enfants à réaliser leur plein potentiel. Un carrefour où ils pourront apprendre, se développer et établir des réseaux.

Dans ces centres, les enfants peuvent apprendre en jouant, s'amuser, être curieux, se faire des amis et interagir avec les autres. Ils peuvent y acquérir un sentiment d'appartenance, développer leur capacité d'expression, améliorer leur bien-être, découvrir le monde qui les entoure et y participer.

Nous offrons à toutes les familles de l'Ontario des milieux sécuritaires et accueillants où elles auront accès à des professionnels qualifiés et à des programmes de qualité et

où elles pourront, tout comme les fournisseurs de services de garde d'enfants, obtenir du soutien et des conseils, établir des contacts personnels et consulter toute une gamme de ressources. D'habitude, lorsqu'on trouve des réponses à nos questions, nos inquiétudes se dissipent et on recouvre une tranquillité d'esprit, et lorsqu'on découvre une communauté, on se sent appuyé et moins seul.

*Le cadre stratégique renouvelé pour la petite enfance et les services de garde d'enfants de l'Ontario (2017) se fonde sur nos progrès pour définir notre vision : celle d'un système dans lequel tous les enfants et toutes les familles ont accès à une vaste gamme de programmes et de services pour la petite enfance et pour la garde d'enfants qui sont de haute qualité, inclusifs et abordables, qui sont centrés sur l'enfant et la famille et qui contribuent à l'apprentissage, au développement et au bien-être des enfants.*

# Table des matières

---

<b>Le logo</b>	4
Anatomie	5
Formats	6
• Logo superposé – Français	6
• Logo horizontal – Français	7
• Logo superposé – Anglais	8
• Logo horizontal – Anglais	9
• Version bilingue	10
Espace libre minimal	11
Mauvais usages	12
Logos de partenaires	13
<b>Attributs de la marque</b>	14
Palette de couleurs	15
Typographie	16
<b>Applications</b>	17
Impression	18
Numérique	20
<b>Renseignements</b>	21

# Le logo

# Anatomie

Grâce à ce logo, le public repérera facilement les centres ON y va, les produits, sa présence sur le Web, les annonces et d'autres ressources.

Pour le succès de la marque, il est très important que les lignes directrices sur l'utilisation du logo soient toujours respectées avec rigueur dans chaque application.

Le logo compte deux éléments : le mot-symbole ON y va et le texte descriptif. Les rapports spatiaux et proportionnels des éléments du logo sont prédéterminés et ne doivent pas être modifiés.



Mot-symbole

Centre pour l'enfant et la famille

Texte descriptif

# Formats

## Logo superposé – Français

C'est le **principal format** du logo en français.

Dans toute application, dès que la taille de la police du texte descriptif est inférieure à 12 pts (ou inférieure à une largeur hors tout de 50 mm), on supprime ce texte.

De plus, pour que le logo soit lisible, on doit utiliser une seule couleur (le bleu sarcelle primaire ou le noir) dès que la largeur de cette version superposée est inférieure à 15 mm.

La largeur minimale autorisée est de 9 mm.

Si l'arrière-plan est foncé, il faut utiliser une version inversée.

Avec le texte descriptif



Sans le texte descriptif



Bleu sarcelle



Noir



En couleur



Centre pour l'enfant et la famille

Gris et noir



Centre pour l'enfant et la famille

Inversé



# Formats

## Logo horizontal – Français

Autre format du logo en français.

Dans toute application, dès que la taille de la police du texte descriptif est inférieure à 12 pts (ou inférieure à une hauteur hors tout de 21,5 mm), on supprime ce texte.

De plus, pour que le logo soit lisible, on doit utiliser une seule couleur (le bleu sarcelle primaire ou le noir) dès que la hauteur de cette version horizontale est inférieure à 8 mm.

La hauteur minimale autorisée est de 5 mm.

Si l'arrière-plan est foncé, il faut utiliser une version inversée.

Avec le texte descriptif



Sans le texte descriptif



Bleu sarcelle



<8 mm



5 mm

Noir



<8 mm



5 mm

En couleur



Centre pour l'enfant et la famille

Gris et noir



Centre pour l'enfant et la famille

Inversé



Centre pour l'enfant et la famille

# Formats

## Logo superposé – Anglais

C'est le **principal format** du logo.

Dans toute application, dès que la taille de la police du texte descriptif est inférieure à 12 pts (ou inférieure à une largeur hors tout de 39 mm), on supprime ce texte.

Pour que le logo soit lisible, on doit utiliser une seule couleur (le bleu sarcelle primaire ou le noir) dès que la largeur de cette version superposée est inférieure à 15 mm.

La largeur minimale autorisée est de 9 mm.

Si l'arrière-plan est foncé, il faut utiliser une version inversée.

Avec le texte descriptif



Sans le texte descriptif



Bleu sarcelle



Noir



En couleur



Gris et noir



Inversé



# Formats

## Logo horizontal – Anglais

Autre format possible du logo.

Dans toute application, dès que la taille de la police du texte descriptif est inférieure à 12 pts (ou inférieure à une largeur hors tout de 21 mm), on supprime ce texte.

Pour que le logo soit lisible, on doit utiliser une seule couleur (le bleu sarcelle primaire ou le noir) dès que la hauteur de cette version horizontale est inférieure à 8 mm.

La hauteur minimale autorisée est de 5 mm.

Si l'arrière-plan est foncé, il faut utiliser une version inversée.

Avec le texte descriptif



Sans le texte descriptif



# Early ON

Bleu sarcelle



Noir



En couleur



Gris et noir



Inversé



# Formats

## Version bilingue

Dans toute application, dès que la taille de la police du texte descriptif est inférieure à 12 pts (ou inférieure à une largeur hors tout de 56 mm), on supprime ce texte.

En outre, pour que le logo soit lisible, on doit utiliser une seule couleur (le bleu sarcelle primaire ou le noir) dès que la largeur de cette version bilingue est inférieure à 30 mm.

La largeur minimale autorisée est de 18 mm.

Si l'arrière-plan est foncé, il faut utiliser une version inversée.

Avec le texte descriptif



Sans le texte descriptif



En couleur



Gris et noir



Inversé



# Espace libre minimal

Il est important de garder un espace libre minimal autour du logo. Cet espace isole le logo d'éléments graphiques concurrents susceptibles de faire diversion. Sur tous les côtés, l'espace doit correspondre à la hauteur du « a » des versions en anglais et en français et à la hauteur du « E » de la version bilingue.



# Mauvais usages

Ne pas faire pivoter



Ne pas utiliser des ombres



Ne pas utiliser des couleurs différentes



Centre pour l'enfant et la famille

Ne pas changer la position des éléments



Ne pas modifier le rapport entre la hauteur et la largeur



Ne pas modifier les proportions



Ne pas choisir un arrière-plan surchargé



Ne pas utiliser le mot-symbole dans un titre, le corps d'un texte, etc.

Dans les centres nous nous engageons à...

Ne pas modifier l'énoncé du mot-symbole ou du texte descriptif



Ne pas utiliser le contour des lettres seulement



Ne pas modifier la police de caractères du mot-symbole ou du texte descriptif



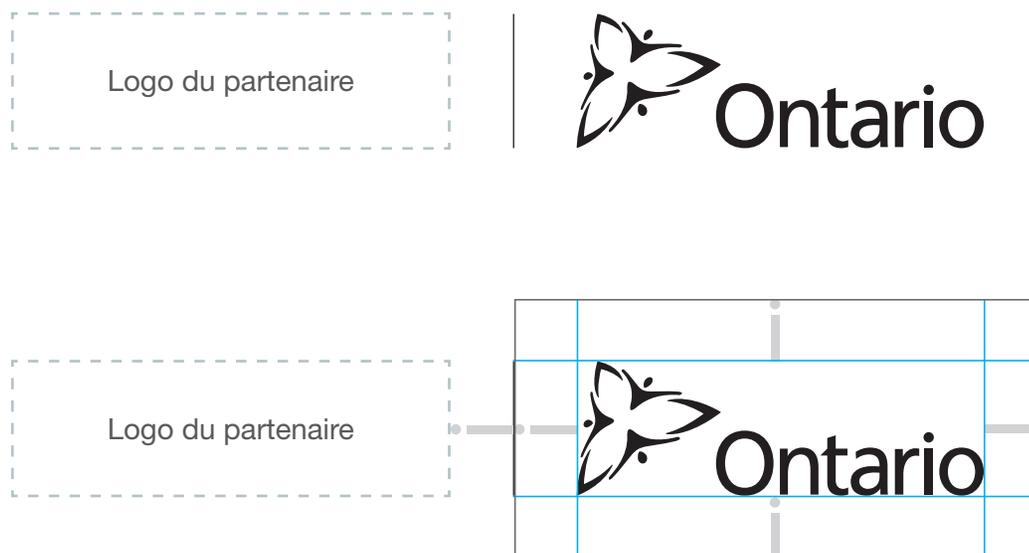
# Logos de partenaires

Les organisations qui financent un programme pour l'enfant et la famille pourront ajouter leur logo à côté du logo ON y va sur toutes les enseignes des locaux de ce programme, si le financement fourni équivaut à au moins 20 pour cent du budget du programme. Les organisations qui mettent leurs locaux à la disposition d'un programme pour l'enfant et la famille pourront ajouter leur logo à côté du logo ON y va sur toutes les enseignes de ces locaux, si la valeur des locaux représente au moins 20 pour cent du budget du programme en question.

Quand le logo d'un partenaire est utilisé, il doit être séparé par un filet noir de 0,5 pt, d'une hauteur égale à celle du logo de l'Ontario.

L'espace libre minimal doit correspondre à la hauteur du « i » dans Ontario.

Par ailleurs, le logo de l'Ontario doit toujours être à droite, et le logo du partenaire à gauche.



# Attributs de la marque

# Palette de couleurs

Les couleurs font partie intégrante de l'identité d'une marque. L'utilisation constante de la palette de couleurs renforce la cohérence de la marque. Le bleu sarcelle représente le côté dynamique et amical et le noir et le gris représentent le côté net et professionnel.

Pour l'impression, il vaut mieux utiliser la version CMYK, à moins que le nuancier PANTONE® soit absolument nécessaire.

Les concepteurs et les développeurs peuvent utiliser les couleurs RVB et les nombres hexadécimaux (HEX) pour toute application Web/numérique.

Bleu sarcelle primaire



CMYK  
87/40/48/15

PANTONE® 7474

RGB  
22, 112, 118

HEX  
#167076

70 % bleu sarcelle



CMYK  
61/28/34/11

PANTONE® 7474  
@ 70%

RGB  
99, 141, 148

HEX  
#638d93

Noir



CMYK  
0/0/0/100

Noir

RGB  
35, 31, 32

HEX  
#231f20

Gris



CMYK  
0/0/0/80

Noir @ 80%

RGB  
88, 89, 91

HEX  
#58585b



Bleu sarcelle  
primaire

70 % bleu  
sarcelle

Centre pour l'enfant et la famille

Bleu sarcelle  
primaire



Noir

Gris

Centre pour l'enfant et la famille

Noir

# Typographie

Utilisée de façon systématique, la typographie (appelée également police ou caractères) est un outil puissant. Accompagnant le logo à caractère ludique, la typographie traduit un aspect net et professionnel. On encourage vivement l'utilisation de ces polices de caractères dans tous les supports de communication.

La police principale est Helvetica Neue. On utilisera Arial si on est limité à des polices de caractères multiplateformes, comme dans les logiciels Microsoft® PowerPoint ou Microsoft® Word.

Corps du texte et accroches - Helvetica Neue 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Titres et sous-titres - Helvetica Neue 75 Roman

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Corps du texte et accroches - Arial régulier

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Titres et sous-titres - Arial gras

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

# Applications

# Applications – Impression

## Collatéral

The image shows four overlapping white rectangular templates for collateral applications. Each template features the ON y va logo (a smiley face inside the letter 'O') and the text 'Centre pour l'enfant et la famille'. The templates vary in the placement of contact information and partner logos. The top-left template shows the logo and tagline. The middle-left template includes contact fields: [Adresse], [Ville], [Province], [Code Postal], [Téléphone], and [Site Web], along with the Ontario logo. The bottom-left template includes [street address], [city, province, postal code], [phone number], and [website], with the Ontario logo. The bottom-right template includes the same contact fields as the middle-left one, plus a dashed box for 'Logo du partenaire' and the Ontario logo.

A dark teal rectangular block containing the ON y va logo in white. The logo consists of a smiley face inside the letter 'O', followed by 'y va'. Below the logo is the text 'Centre pour l'enfant et la famille' in a smaller white font.

A white rectangular template for a collateral application. It features the text: **[Nom Complet]**, [Titre], [Adresse], [Ville], [Province], [Code Postal], [Téléphone - Travail], [Téléphone - Cellulaire], and [Courriel]. The Ontario logo is positioned in the bottom right corner.

A white rectangular template for a collateral application. It features the text: **[Nom Complet]**, [Titre], [Adresse], [Ville], [Province], [Code Postal], [Téléphone - Travail], [Téléphone - Cellulaire], and [Courriel]. A dashed box labeled 'Logo du partenaire' is located to the left of the Ontario logo, which is in the bottom right corner.

# Applications – Impression

Bulletins – Largeur : 8,5 po / Hauteur : 11 po

## Lorem ipsum Dolor Sit Amet



Centre pour l'enfant et la famille

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam et molestie orci, eget pretium ipsum. Mauris et sapien sed tellus malesuada commodo. Mauris ut fermentum lectus. Quisque ultricies vehicula diam, nec dapibus metus aliquam nec. Aenean hendrerit metus ex. Cras sodales orci vitae suscipit cursus. Nullam interdum scelerisque feugiat. Ut tempus neque non lacus iaculis, sed scelerisque arcu mattis. Nulla eleifend, nibh a efficitur porttitor, urna erat cursus metus, vitae mattis justo leo non est. Nunc consequat tortor erat, nec suscipit dolor eleifend vel. Aenean accumsan eros a lectus tempus, eget ultrices ante venenatis. Mauris lorem turpis, pharetra quis erat vel, pellentesque rutrum ipsum.

Phaselius aliquam sagittis massa, sit amet auctor neque rutrum vitae. Cras sed turpis id mi mollis sodales. Nam auctor ut elit id pellentesque. Nulla sit amet efficitur dui, quis consectetur nibh. Nulla efficitur viverra nibh ac dignissim. Integer pulvinar dignissim libero vitae consequat. Vestibulum venenatis dolor sed odio auctor, eget pulvinar metus bibendum. Suspendisse potenti. Nullam eros urna, porttitor et lacus eget, dictum ullamcorper nibh.

Nulla sit amet leo convallis, ullamcorper lorem eget, hendrerit tortor. Maecenas efficitur scelerisque dolor quis sodales. Nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum id nulla condimentum, mollis est sed, cursus lectus. In ullamcorper aliquet nulla sit amet imperdiet. Aenean sit amet ultrices dolor, vel mollis metus. Cras a gravida arcu, in rutrum neque. Maecenas maximus libero ac velit cursus congue. Pellentesque vestibulum nunc cursus turpis fringilla venenatis. Donec a luctus sem.

In augue sapien, hendrerit eu nunc id, condimentum gravida ante. Cras aliquet, nibh a gravida venenatis, sem lacus auctor sapien, at fringilla neque mi vitae nunc. Cras felis justo, gravida vitae ultricies eget, porttitor faucibus libero. Nullam venenatis bibendum fermentum. Integer et bibendum urna. Morbi eu porta eros. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.

Aenean nec elementum turpis, sit amet lacinia libero. Morbi egestas est libero, et eleifend nulla scelerisque et. Fusce in ex eu massa hendrerit consectetur a accumsan nisi. Aenean vehicula neque in odio viverra blandit. Sed eu rutrum lorem, in blandit mauris. Aliquam fermentum metus felis, sit amet bibendum quam maximus id. Vivamus venenatis, ex vel auctor sodales, ante mauris vestibulum nulla, at tempor leo eros vitae ex. Mauris dolor dui, pretium sit amet pretium ac, scelerisque id neque. Phaselius metus quam, ultricies a tellus sed, efficitur tempus neque.



[Logo du partenaire] | 

Carte postale



Centre pour l'enfant et la famille

Logo du partenaire | 

[Adresse]  
[Ville], [Province], [Code Postal]  
[Téléphone] | [Site Web]



[Adresse]  
[Ville], [Province], [Code Postal]  
[Téléphone] | [Site Web]

À :

\_\_\_\_\_

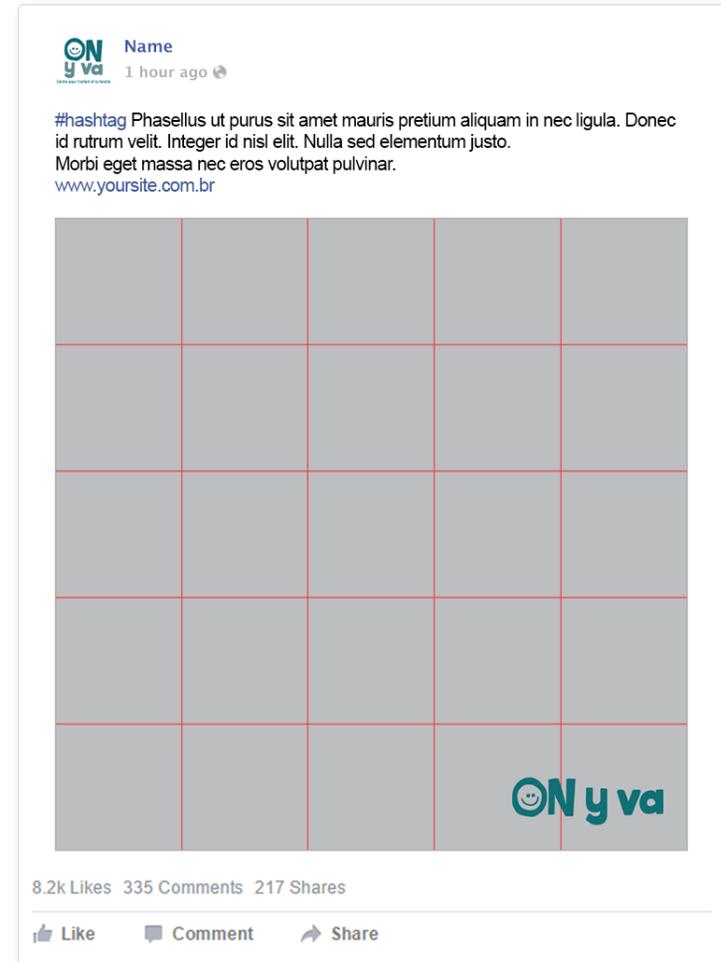
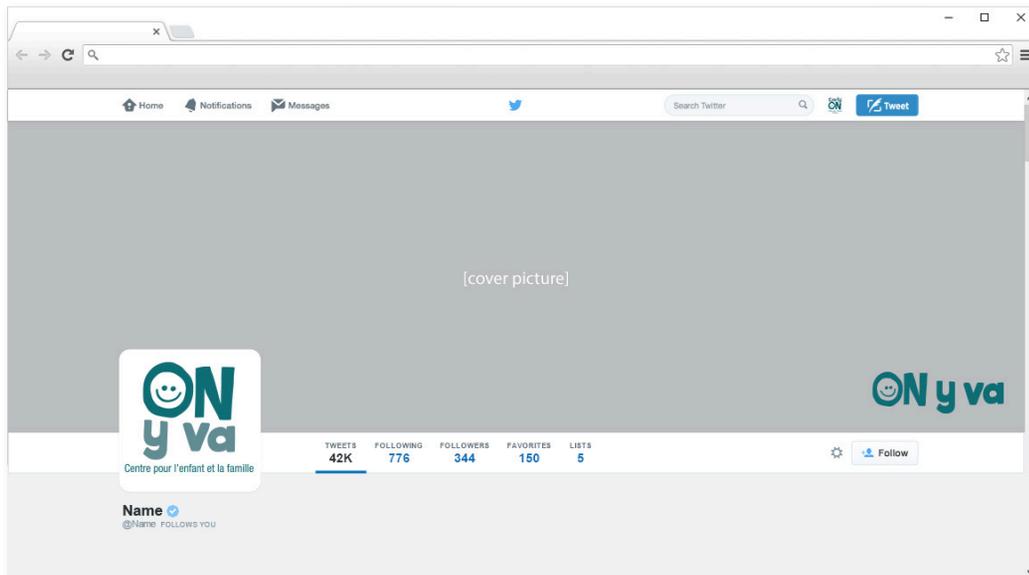
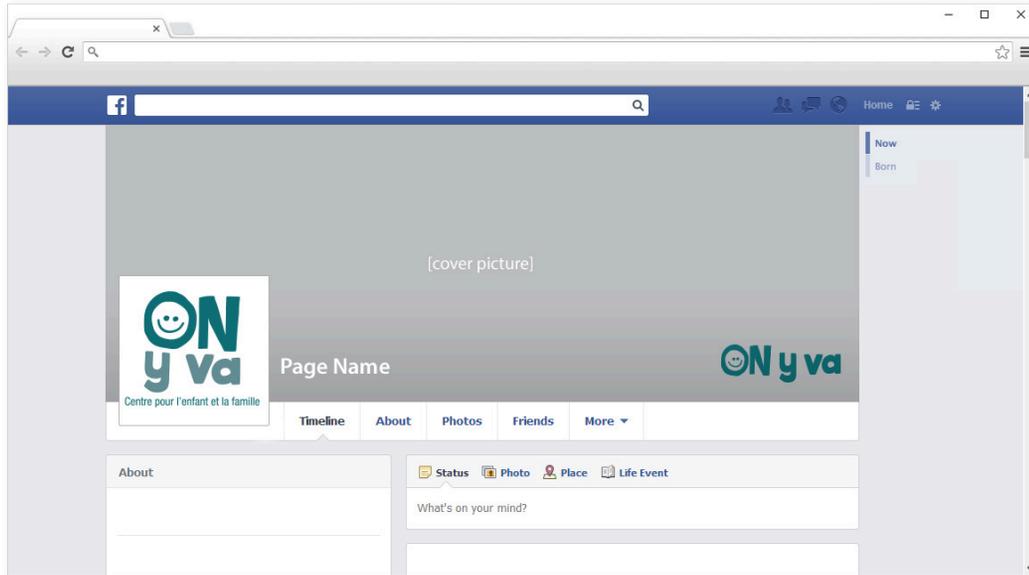
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# Applications – Numérique

## Médias sociaux



# Renseignements

---

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le logo ou sur son utilisation, veuillez communiquer avec la Division de la petite enfance et de la garde d'enfants du ministère de l'Éducation à l'adresse **ONyva@ontario.ca**