



NATURE LEGACY
BRANDING GUIDE
for provinces, territories
and recipients



PATRIMOINE
NATUREL
**GUIDE DE NORMES
GRAPHIQUES**
pour provinces, territoires
et r cipients



Cat. No.: En4-353/2018E-PDF

ISBN: 978-0-660-28652-5

Unless otherwise specified, you may not reproduce materials in this publication, in whole or in part, for the purposes of commercial redistribution without prior written permission from Environment and Climate Change Canada's copyright administrator. To obtain permission to reproduce Government of Canada materials for commercial purposes, apply for Crown Copyright Clearance by contacting:

Environment and Climate Change Canada
Public Inquiries Centre
12th Floor, Fontaine Building
200 Sacré-Coeur Boulevard
Gatineau QC K1A 0H3
Telephone: 819-938-3860
Toll Free: 1-800-668-6767 (in Canada only)
Email: ec.enviroinfo.ec@canada.ca

Photos: © GettyImages.ca

© Her Majesty the Queen in Right of Canada, represented by the Minister of Environment and Climate Change, 2019

N° de catalogue : En4-353/2018F-PDF

ISBN : 978-0-660-28653-2

À moins d'avis contraire, il est interdit de reproduire le contenu de cette publication, en totalité ou en partie, à des fins de diffusion commerciale sans avoir obtenu au préalable la permission écrite de l'administrateur du droit d'auteur d'Environnement et Changement climatique Canada. Si vous souhaitez obtenir du gouvernement du Canada les droits de reproduction du contenu à des fins commerciales, veuillez demander l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne en communiquant avec :

Environnement et Changement climatique Canada
Centre de renseignements à la population
12^e étage, édifice Fontaine
200, boulevard Sacré-Cœur
Gatineau (Québec) K1A 0H3
Téléphone : 819-938-3860
Ligne sans frais : 1-800-668-6767 (au Canada seulement)
Courriel : ec.enviroinfo.ec@canada.ca

Photos : © GettyImages.ca

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre de l'Environnement et du Changement climatique, 2019

Table of Contents

INTRODUCTION TO NATURE LEGACY	IV
PUBLIC RECOGNITION	IV
BRANDING ELEMENTS	2
Graphic Elements	2
Photographic Elements	2
Typography	5
Colours	6
Pantone	6
Federal Identity Program (FIP)	7
COMMUNICATIONS PRODUCTS	9
Document cover page	10
Generic letterhead	11
Factsheet	12
Roll-up	13
Podium sign	14
Backdrop	15
Visuals for social media	16
PowerPoint Template	17
DON'TS	19

Table des matières

INTRODUCTION AU PROGRAMME SUR LE PATRIMOINE NATUREL	IV
RECONNAISSANCE DU PUBLIC	IV
ÉLÉMENTS DE L'IMAGE DE MARQUE	2
Éléments graphiques	2
Éléments photographiques	2
Typographie	5
Couleurs	6
Pantone	6
Programme de coordination de l'image de marque	7
EXEMPLES DE PRODUITS DE COMMUNICATION	9
Page couverture de document	10
En-tête de lettre générique	11
Fiche descriptive	12
Bannière déroulante	13
Enseigne pour podium	14
Toile de fond	15
Visuels pour les médias sociaux	16
Gabarit de PowerPoint	17
À NE PAS FAIRE	19

Introduction to Nature Legacy

In Budget 2018, the Government of Canada announced an investment of \$1.3 billion to protect Canada's nature legacy. It also committed that, by 2020, at least 17 per cent of terrestrial areas and inland water and 10 per cent of coastal and marine areas will be conserved through networks of protected areas and other effective area-based conservation measures. With the Oceans Protection Plan, the Nature Legacy will ensure healthier habitats for species at risk and improve biodiversity.

Public Recognition

This guide was developed to ensure a strong and consistent corporate identity for Nature Legacy. The guidelines are presented as well as a series of examples governing the proper use of the brand's elements. Environment and Climate Change Canada is responsible for developing this manual and any advice regarding its implementation.

Recognition of the Government of Canada's contribution to Nature Legacy must be made in all of the communications products, such as publications, public information releases, advertising, announcements, promotional activities, speeches, conferences, interviews, ceremonies, social media and websites. Environment and Climate Change Canada provides the necessary models and electronic files that contain the templates, models, and recognition statements to be used.

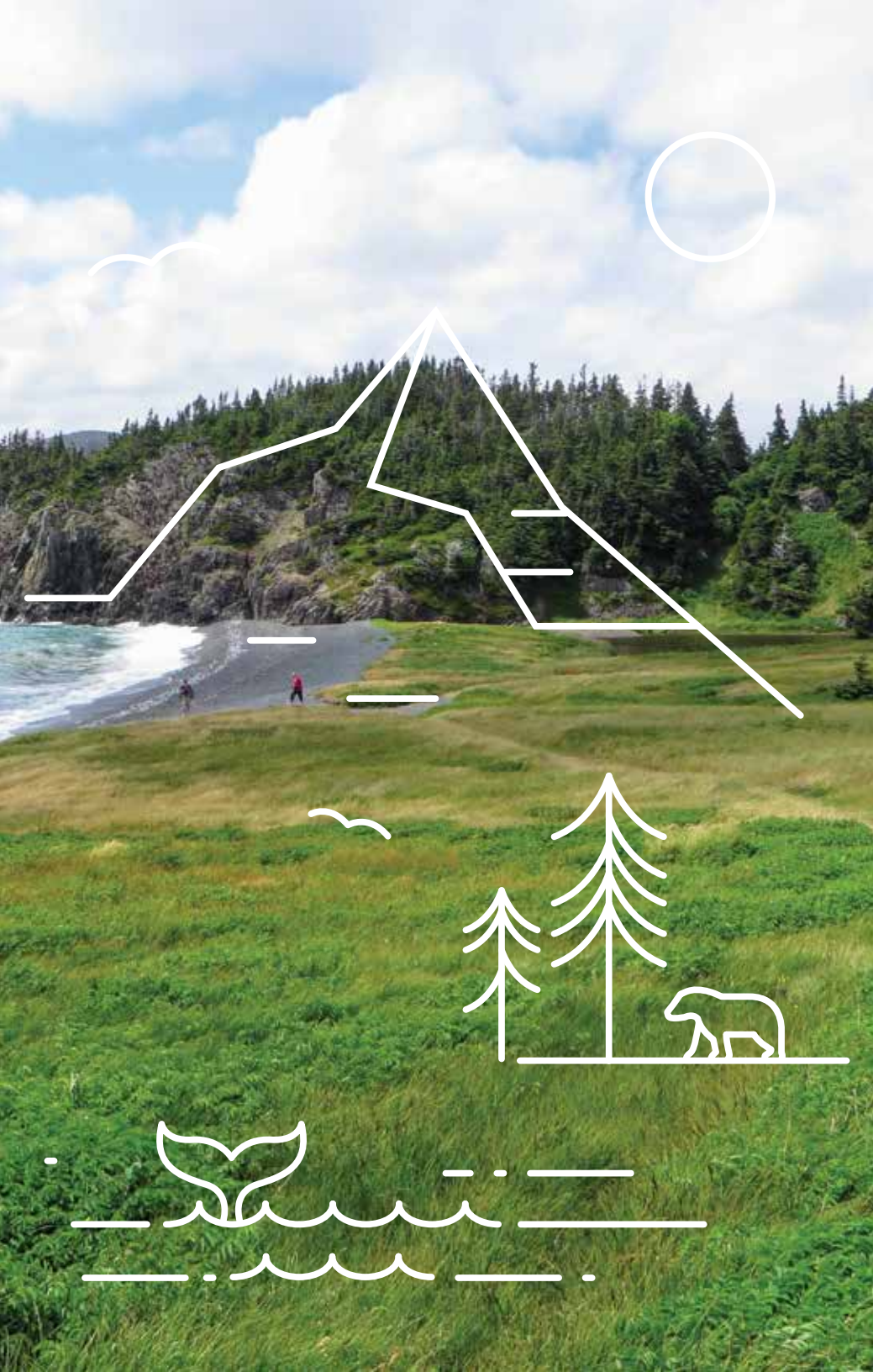
Introduction au programme sur le patrimoine naturel

Dans le budget de 2018, le gouvernement du Canada a annoncé un investissement de 1,3 milliard de dollars pour protéger le patrimoine naturel du Canada. Il a également pris un engagement selon lequel d'ici 2020, au moins 17 % des milieux terrestres et des eaux intérieures et 10 % des zones côtières et marines seront conservés grâce à des réseaux d'aires protégées et à d'autres mesures de conservation efficaces adaptées en fonction de secteurs clairement définis. En accord avec le Plan de protection des océans, le programme sur le patrimoine naturel permettra d'assurer des habitats plus sains pour les espèces en péril et d'améliorer la biodiversité.

Reconnaissance du public

Le présent guide a été élaboré dans le but d'assurer une image de marque forte et uniforme du programme sur le patrimoine naturel. Les lignes directrices y sont présentées de même qu'une série d'exemples qui démontrent l'utilisation adéquate des éléments de l'image de marque. Environnement et Changement climatique Canada est responsable de l'élaboration du présent guide et de tout avis relatif à sa mise en œuvre.

La contribution du gouvernement du Canada au programme sur le patrimoine naturel doit être reconnue dans l'ensemble des produits de communication, que ce soit dans les publications, les communiqués d'information publique, les publicités, les annonces, les activités promotionnelles, les discours, les conférences, les entrevues, les cérémonies, les messages destinés à être publiés sur les médias sociaux et les sites Web. Environnement et Changement climatique Canada fournira les modèles ou les fichiers électroniques nécessaires qui contiennent les gabarits, les modèles et les énoncés de reconnaissance à utiliser.



BRANDING
ELEMENTS



ÉLÉMENTS DE
L'IMAGE DE MARQUE

Branding Elements

GRAPHIC ELEMENTS

Nature illustrations: images of various natural elements which showcase the diversity of the Canadian landscape, flora, and fauna.

The following elements MUST be used:

- The water element
- One land element, either tree OR mountain
- At least one animal element: bird, fish, bear, caribou, or whale

These elements can be used with or without photos

PHOTOGRAPHIC ELEMENTS

Photos of Canadian landscapes with or without humans interacting in nature.

Éléments de l'image de marque

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Illustrations de la nature : images de divers éléments naturels qui montrent la diversité du paysage, de la flore et de la faune du Canada.

Il FAUT utiliser les éléments suivants :

- L'élément de l'eau
- Un élément terrestre, soit un arbre OU une montagne
- Au moins un animal : un oiseau, un poisson, un ours, un caribou ou une baleine

Ces éléments peuvent être utilisés avec ou sans photos.

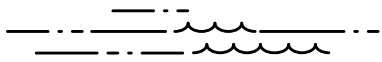
ÉLÉMENTS PHOTOGRAPHIQUES

Photographies de paysages canadiens avec ou sans humains interagissant avec la nature.

MANDATORY ELEMENTS / ÉLÉMENTS OBLIGATOIRES

1.

Use this mandatory element.
Utiliser cet élément obligatoire.



WATER / EAU

2.

Select one of these 2 elements.
Choisir un ou l'autre de ces éléments.



MOUNTAIN / MONTAGNE



TREE / ARBRE

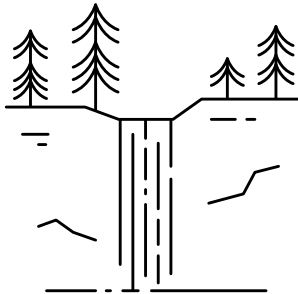
3.

Select at least one of these elements
Sélectionner au moins un de ces éléments.



ANIMALS / ANIMAUX

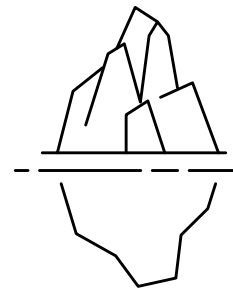
ADDITIONAL ELEMENTS / ÉLÉMENTS ADDITIONNELS



WATERFALL / CASCADE



SUN / SOLEIL



ICEBERG



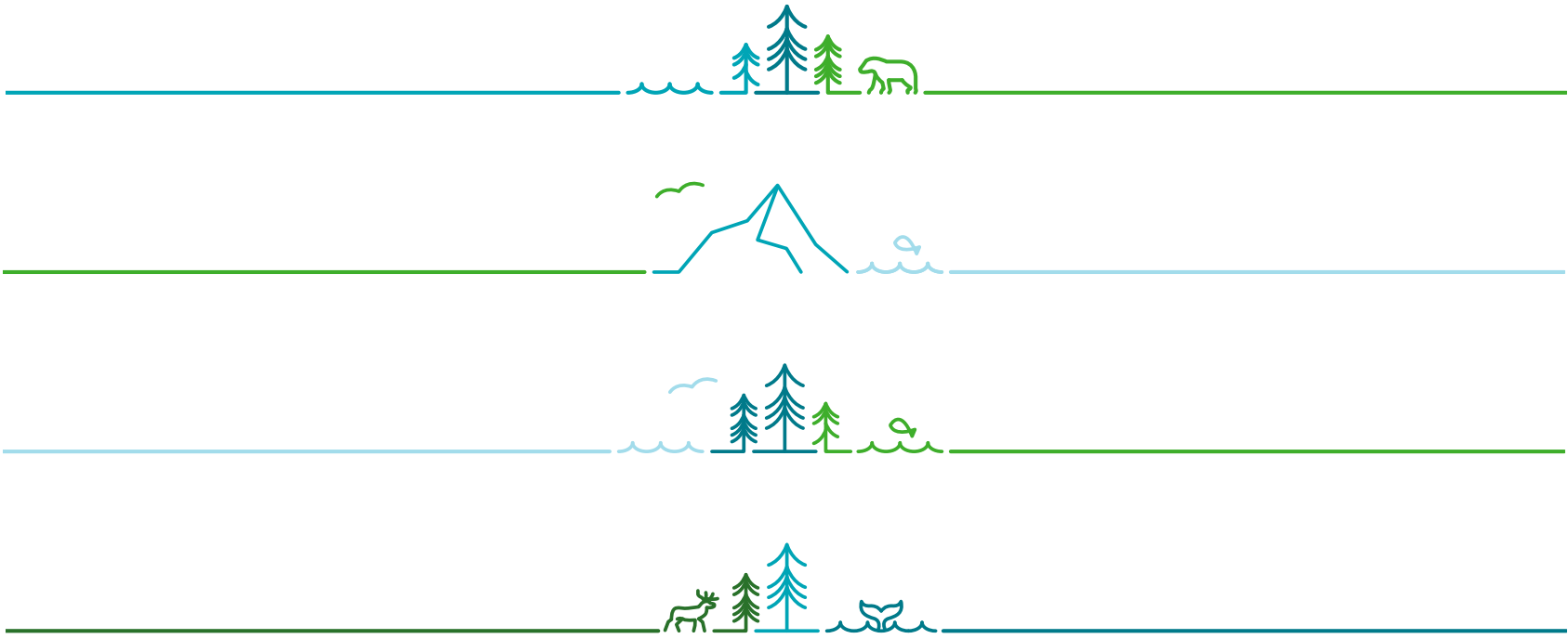
DIVIDER / DIVISEUR

Note: Other elements, such as these, could be developed by ECCC to represent a particular sector.
Note : D'autres éléments, comme ceux-ci, pourraient être créés par ECCC pour représenter un secteur en particulier.

This element can be used to separate the texts.

Cet élément peut être utilisé pour séparer les textes.

ELEMENTS BAR / BARRE D'ÉLÉMENTS



Note: Elements can be used in different order and can include any of the branding elements and colours within this guide.
Note : Les éléments de l'image de marque doivent être utilisés dans un ordre différent et il peut s'agir de n'importe quel type d'élément et de n'importe quelle des couleurs respectant ce guide.

TYPOGRAPHY

The font to be used in communications relating to Nature Legacy is **Montserrat**. This font was selected because of its flexibility and its many variations. The modern geometric letterforms make this font approachable and convey warmth and energy, while also remaining strong and highly legible.

Aa

GLYPH / GLYPHE

TYPOGRAPHIE

La police utilisée dans les communications relatives au programme sur le patrimoine naturel est **Montserrat**. Cette police a été choisie en raison de sa flexibilité et de ses nombreuses variations. Grâce à la géométrie moderne de ses lettres, cette police est conviviale et transmet de l'énergie et de la chaleur, tout en demeurant solide et facilement lisible.

ABCČĆDĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčćdďefghijklmnopqrsštuvwxyzž1234567890
'?'“!”(%)[#] {@}/&\<-+÷×=>®©\$€£¥¢;,:;.*

CHARACTERS / CARACTÈRES

Thin

Thin Italic

Extra-Light

Extra-Light Italic

Light

Light Italic

Regular

Regular Italic

Medium

Medium Italic

Semi-Bold

Semi-Bold Italic

Bold

Bold Italic

Extra-Bold

Extra-Bold Italic

Black

Black Italic

STYLES

COLOURS

Colour is a powerful and important element in the recognition of a visual identity. It is essential to ensure consistency throughout all communications products. Only the colours below may be used for graphic elements.

COULEURS

La couleur est un élément puissant et important dans la reconnaissance d'une identité visuelle. Elle est essentielle pour assurer l'uniformité dans tous les produits de communication. Seules les couleurs suivantes peuvent être utilisées pour les éléments graphiques.

PANTONE	C	M	Y	K	R	G	B	WEB
7710C	81	0	23	0	0	167	181	#00A7B5
7713C	100	0	30	26	0	125	138	#007D8A
304C	34	0	6	0	154	219	232	#9ADBE8
361C	77	0	100	0	67	176	42	#43B02A
364C	71	4	100	45	74	119	41	#4A7729
441C	22	4	15	8	190	198	196	#BEC6C4
445C	52	23	30	74	80	87	89	#505759
BLACK / NOIR	0	0	0	100	0	0	0	#000000
WHITE / BLANC	0	0	0	0	255	255	255	#FFFFFF

FEDERAL IDENTITY PROGRAM (FIP)

In accordance with the policy of the Federal Identity Program (FIP), the symbol of a province, territory or partner must always be displayed with the public acknowledgement text as well as the Canada wordmark. Although it is important for users of the identifier to refer to the Federal Identity Program, available [here](#), the following are a few points to remember concerning the use of the signature and wordmark.

When used in combination with the symbol of a province, territory or partner, the Canada wordmark must be the dominant symbol and this must be apparent, insofar as possible, in terms of the relative sizes of the different elements.

PROGRAMME DE COORDINATION DE L'IMAGE DE MARQUE (PCIM)

Conformément à la politique du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM), le symbole d'une province, d'un territoire ou d'un partenaire doit toujours être affiché avec le texte de reconnaissance publique ainsi que le mot-symbole Canada. Bien qu'il importe à l'utilisateur de la marque de consulter le Programme de coordination de l'image de marque, disponible [ici](#), en voici quelques points à retenir à propos de l'utilisation de la signature et du mot-symbole.

Lorsqu'il est utilisé conjointement avec le symbole d'une province, d'un territoire ou d'un partenaire, le mot-symbole Canada doit être le symbole dominant. Cette prédominance doit être apparente, autant que possible, sur le plan des tailles comparatives.

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada

LOGO

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada

Alberta

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada

 BRITISH COLUMBIA

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada

Manitoba 

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada

 NOVA SCOTIA

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada

*Prince
Edward
Island*
CANADA

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada

 Newfoundland
Labrador

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada

 New Brunswick
CANADA

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada



Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada



Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada



Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada



Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada



Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada



Communications products

A number of communications product examples have been created to promote the consistency of the identity. The templates for these products are also available at Canada.ca/our-nature. For specific needs, send an e-mail to the following address: ec.design.ec@canada.ca.

Printed products

- Document cover page
- Generic letterhead
- Factsheet
- Roll-up
- Podium sign
- Backdrop

Digital products

- Visuals for social media
- Powerpoint Template

Produits de communication

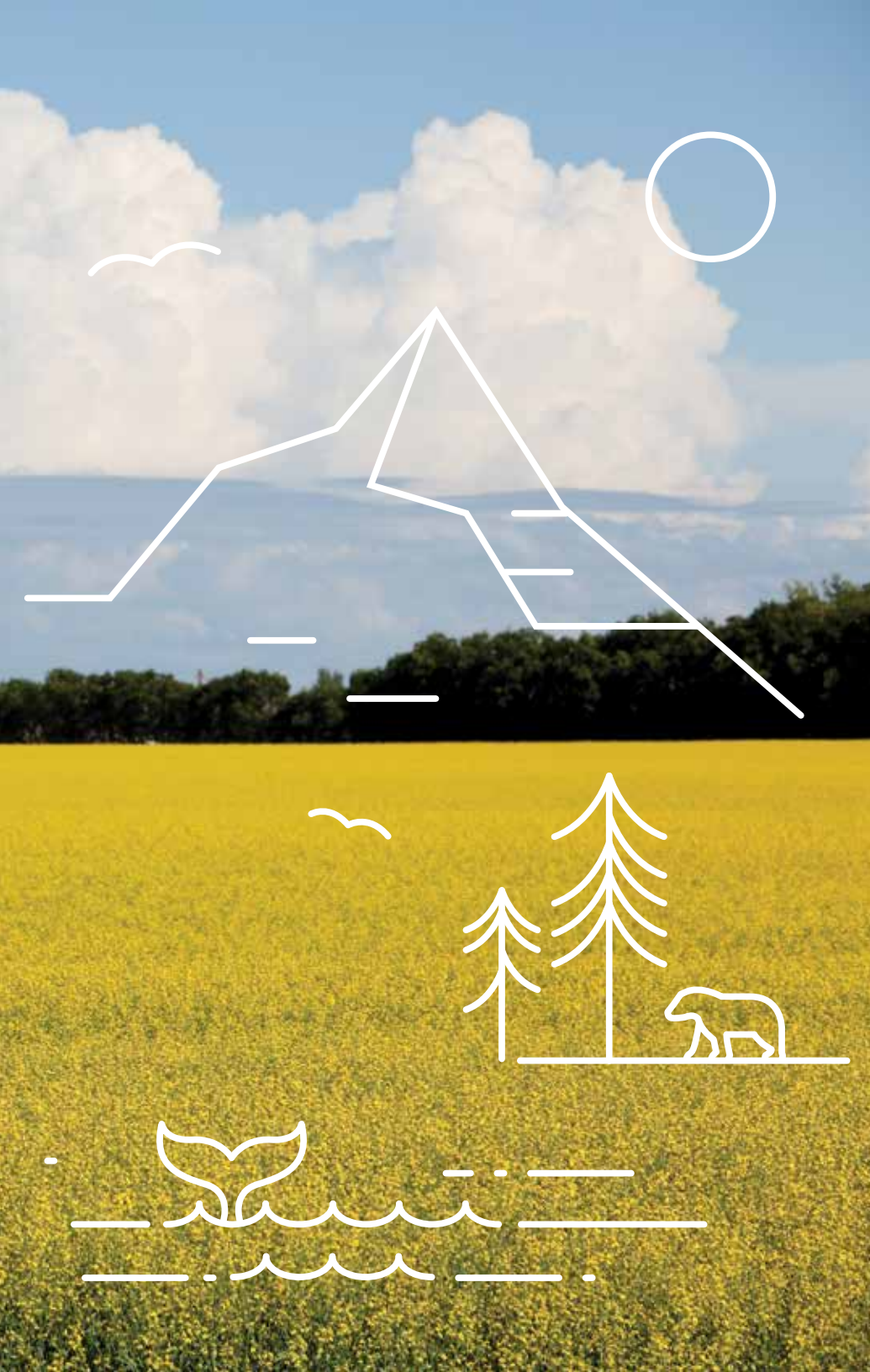
Un certain nombre d'exemples de produits de communication ont été préparés pour favoriser l'uniformité de l'image de marque. Les gabarits de ces produits se trouvent également à Canada.ca/notre-nature. En cas de besoins particuliers, il faut envoyer un courriel à l'adresse suivante : ec.design.ec@canada.ca.

Produits imprimés

- Page couverture de document
- Papier à correspondance officielle générique
- Fiche descriptive
- Bannière déroulante
- Enseigne pour podium
- Toile de fond

Produits numériques


- Visuels pour les médias sociaux
- Gabarit de PowerPoint



COMMUNICATIONS
PRODUCTS
EXAMPLES




EXEMPLES DE
PRODUITS DE
COMMUNICATION



CANADA'S NATURE LEGACY
[CANADA.CA/OUR-NATURE](https://canada.ca/our-nature)

— o —

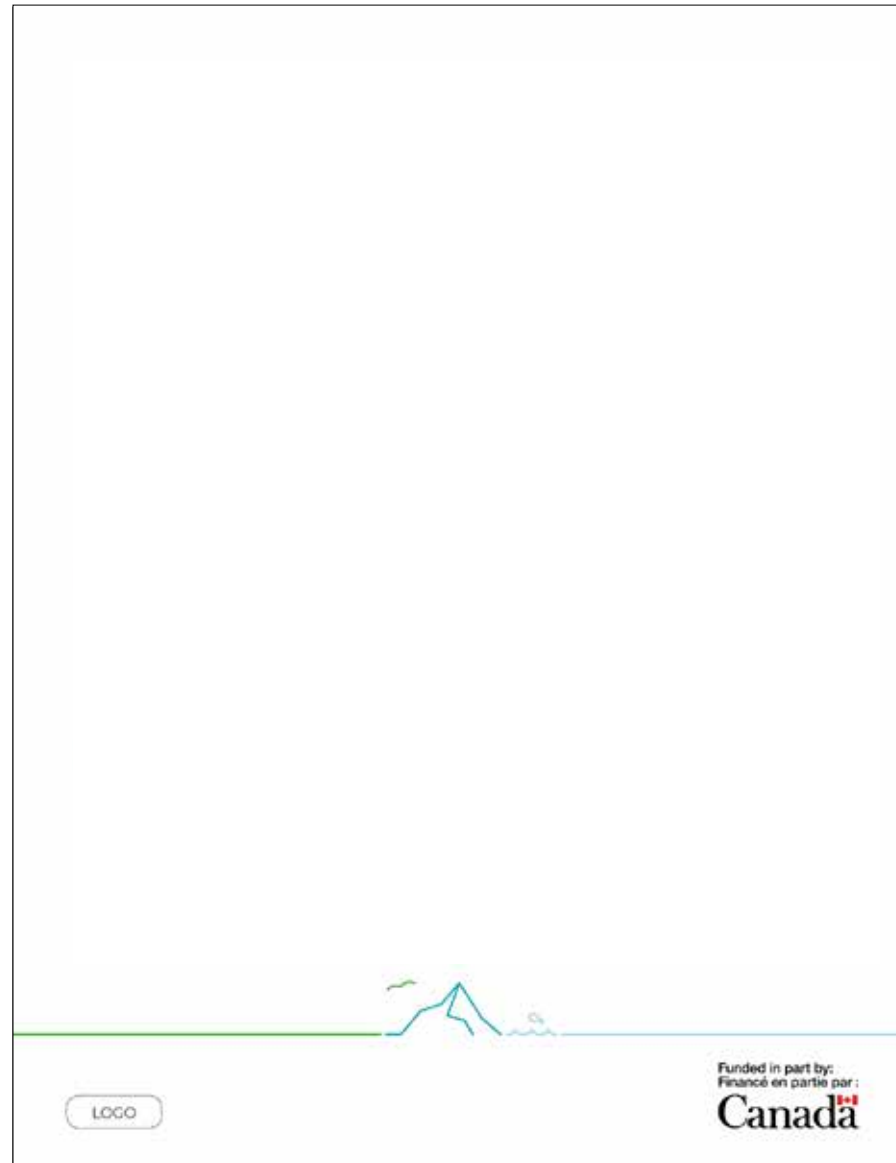
LE PATRIMOINE NATUREL
DU CANADA
[CANADA.CA/NOTRE-NATURE](https://canada.ca/notre-nature)



LOGO

Funded in part by:
Financé en partie par:
Canada

GENERIC LETTERHEAD / PAPIER À CORRESPONDANCE OFFICIELLE GÉNÉRIQUE



Fact Sheet

Urerchillande quissi tem nonem autecae nimaxim re, volor acest quosaperum conse nonsect atessero que dolectem que pro isquam, sit autatur loreritiat.

Ficiur aut la non pila id ma simolut ulpa doluptatem a dolloriatem aut fugites cienihi ciliorum. Laborerio volorem sanis nulloris ius doluptaquis eniam fuga. Namusdanit dellorerio invent ab ipient pel ma ni od escliam suntorerem vanda disci quidelati quature sequam, in natis mo es sum et et doluptat dolupidit, consequē nonet quias solore etur sam volum vid quisclia quamus aperchi ciatur?

NAMUSDANIT DELLORERIO

Berum fugitat lonsequi odicienimin ex ex es re aut fuga. Duntempossi culpa delessectas maximolest verchilic tectur as minto occupiti doluptatur, omnihil lignati isquam re sam volupta tioribus velentur aut volorem porerum quidenient volupti orrorum nobis doluptatur, odi con eos estlis et abor sita qui sim evellab incipsus ande volum demquiberaes et a volecer forende ilacept atlumene idit perfera taerror andus simodiam et fugit hilignitatem quo dolorepedit et et qui sumquo ipiciati alicias nobit ullique ma simus eum elesti vel eveless equatus. Et esequē magnim consecum, solut odis doluptat romporestiRehenim etures ditatquam reptatum int, eum quam ut autem re vendus senihillaut quos repuda nosapictatat ad ullabo. Bereperitas simet repelec epefecab idunt occabo. Fugit, utateces ea invenet faccus eum qui soluptus int invent od quia volut doluptis minvelentum quiatia sus a aut hiliis digniamus dolorem quisimi nctur?

LABORERIO VOLOREM QUISCIA QUAMUS APERCHI CIATUR

Exeruptur, consequi odi ut que iunt asi ut rero berum vid quis aut archicta nus doloratet evenisci undus re vel id quia sit ligenih illabo. Et quo quid qui dioritis simolup tatur, inusapi clatem enim exeriae stectatase enes porum, que linis et accat ut mo tore por accus ere moluptatiam ipsam reritatum ut quiam et est re corum nosae dissumet litatet rest, omnis exerumquam harumquidus et dolecte verumque etusant officaecum vid magnatur audaerum laut laute et essin cumquam et omnis et ea suntempe nia nim vent ipieni bea conse nobitae ctibuscili mi, totat.

ET ESEQUE MAGNIM CONSECU, SOLUT ODIS DOLUPTAT

Occullu ptatem fuga. Rume nobis aceatem imagnis ea simus, veritiunti ut rere pro volenih illiquiberio est officiat offic tem lant venima qui debisque dolesti osamus exerum sint autat. Ebitatur aci aut ea ni inctotat ut maximpost quatis ex eluntor erupieni od et inullisi dias susandae volorat urerum cusae vellescitae, ignatur emperehent. Ro officabores aut exceptas conse esequē nulpa sam voluptaquam verferionet antur, illoremEm. Ut il mi, qui voluptatur ma volorpo essequunt corelum que vellabor sit, occuptaerit aut raelicndanis cullaut hic te occatis simolut que vel molore volorec aborepudi volorrovit esti ra saped maio. Ur? Quid qui cuptlis assinul paruptatum, tes eum con et demquod quanto eosant harum cullupt atlatquodit aci Ficiur aut la non pila id ma simolut ulpa doluptatem a dolloriatem aut fugites cienihi ciliorum.



LOGO

Funded in part by:
Financé en partie par :
Canada

ROLL-UP / BANNIÈRE DÉROULANTE

CANADA'S NATURE LEGACY
PROTECTING NATURE
FOR FUTURE GENERATIONS
CANADA.CA/OUR-NATURE

— ◯ —

LE PATRIMOINE NATUREL
DU CANADA
PROTÉGEONS LA NATURE POUR
LES GÉNÉRATIONS À VENIR
CANADA.CA/NOTRE-NATURE




LOGO

Funded in part by:
Financé en partie par:
Canada

CANADA'S NATURE LEGACY
PROTECTING NATURE
FOR FUTURE GENERATIONS
CANADA.CA/OUR-NATURE

— ◯ —

LE PATRIMOINE NATUREL
DU CANADA
PROTÉGEONS LA NATURE POUR
LES GÉNÉRATIONS À VENIR
CANADA.CA/NOTRE-NATURE



LOGO

Funded in part by:
Financé en partie par:
Canada

CANADA'S NATURE LEGACY
— o —
LE PATRIMOINE NATUREL DU CANADA



LOGO

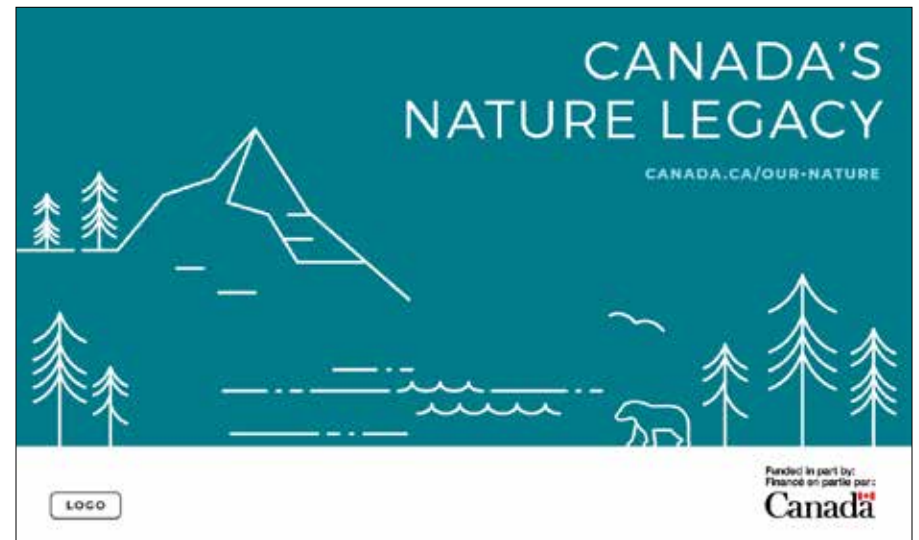
[CANADA.CA/OUR-NATURE](https://canada.ca/our-nature)
[CANADA.CA/NOTRE-NATURE](https://canada.ca/notre-nature)

Funded in part by:
Financé en partie par :

Canada



VISUALS FOR SOCIAL MEDIA / VISUELS POUR LES MÉDIAS SOCIAUX



POWERPOINT TEMPLATE / GABARIT DE POWERPOINT




CANADA'S NATURE LEGACY | LE PATRIMOINE NATUREL DU CANADA

CANADA.CA/OUR-NATURE | CANADA.CA/NOTRE-NATURE

LOGO

Funded in part by:
Financé en partie par:
Canada



2

LOGO

Funded in part by:
Financé en partie par:
Canada



DON'TS



À NE PAS FAIRE

Don'ts:

1. Avoid using only one single element. See page 2 for specific requirements.
2. The graphic elements cannot be used in colours other than those in the palette specified on page 6.
3. The graphic elements' line weight must all be the same when appearing on the same page.
4. All the elements should be proportional to each other as they would be in nature, i.e. Mountain should not be smaller than the bear.



À ne pas faire :

1. Utiliser un seul élément. Voir la page 2 pour en savoir plus sur les exigences particulières.
2. Les éléments graphiques ne peuvent pas contenir de couleurs autres que celles précisées à la page 6.
3. La largeur du trait des éléments graphiques doit être la même pour tous les éléments qui figurent sur une même page.
4. Chaque élément doit être proportionnel par rapport aux autres en fonction de ce qu'il représente, c'est-à-dire qu'une montagne ne doit pas être plus petite qu'un ours.

