



Guide de marque



**Nous
sommes
Télé-
Québec**

Enthousiastes créateurs d'enthousiasme.

Notre mission : inspirer pour aspirer à encore mieux.

**Média public, nous exposons, débattons, éclairons
les questions du moment sur tous les écrans.**

Nous élevons, relevons et relançons les discussions.

Nous enrichissons les imaginaires.

Et nous le faisons en français.

La gratuité est une de nos plus grandes richesses.

Notre pertinence, une garantie de notre pérennité.

Notre ultime ambition : que nos enfants

et les enfants de nos enfants pensent à nous avec fierté.

Au travail.

Mise en contexte

Ce guide de marque veut assurer l'uniformité et la cohérence de nos marques sur nos propres plateformes et partout où elles se déploient.

Il détaille les principales directives pour la conception graphique de nos applications tant linéaires que numériques.

L'adhésion à ces standards assure une représentation visuelle constante et de haute qualité dans tous nos domaines d'activité.

À qui on s'adresse



Notre guide de marque s'adresse à toutes les personnes qui créent et produisent du contenu ayant un lien direct ou indirect avec la marque de Télé-Québec.

Il s'adresse autant aux membres du personnel qu'aux équipes de production et concerne tous les contenus écrits, audiovisuels et multimédias particulièrement dans les contextes suivants :

- Communications (publicité, autopromotion, relations publiques et de presse, communication interne, communication institutionnelle, affaires réglementaires et gouvernementales, événements et/ou activations terrain)
- Marque employeur
- Relations avec le public (médias sociaux, infolettres, service au public, sites web)
- Partenaires commerciaux, industriels, culturels, éducatifs et communautaires

1. Notre marque

Notre mission et notre vision	8
L'écosystème de notre marque	9
La mission de nos marques filles	10

2. Notre personnalité

.....	13
-------	----

3. L'expression de notre marque

Notre tonalité.....	16
Notre voix en 7 règles	18

4. Notre identité graphique

La genèse de notre logo	20
Notre logo	21
Zone de protection	22
Variations	23
Notre logo noir et blanc.....	24
Nos couleurs.....	25
Notre typographie	27
Notre hiérarchie de texte	29
À ne pas faire	30
Nos marques filles et leur identité.....	31
Nos collaborations	38
Logos de nos services numériques	39
Informations supplémentaires.....	40

Table des matières

Notre marque



1.1

Notre mission et notre vision

Notre marque

Notre mission et notre vision

L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo
Zone de protection
Variations
Notre logo noir et blanc
Nos couleurs
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire
Nos marques filles et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires

Notre mission

La Société a pour objet d'exploiter une entreprise de télédiffusion éducative et culturelle afin d'assurer, par tout mode de diffusion, l'accessibilité de ses produits au public. La Société peut, en outre, exploiter un service de production et de distribution de documents audiovisuels, multimédias et de télédiffusion, y compris leurs produits dérivés et documents d'accompagnement. Ces activités ont particulièrement pour but de développer le goût du savoir, de favoriser l'acquisition de connaissances, de promouvoir la vie artistique et culturelle et de refléter les réalités régionales et la diversité de la société québécoise.

Notre vision

**Pour vous. Partout.
Télé-Québec
enrichit le Québec
d'expériences
créatives, sources
d'épanouissement
et de bonheur.**

1.2

L'écosystème de notre marque

* La marque mère Télé-Québec s'entoure de plusieurs marques filles respectant la mission principale de l'entreprise, mais s'adressant chacune à un segment précis de la société québécoise.

Notre marque

Notre mission et notre vision

L'écosystème de notre marque

La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité

Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo

Zone de protection

Variations

Notre logo noir et blanc

Nos couleurs

Notre typographie

Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles et leur identité

Nos collaborations

Logos de nos services numériques

Informations supplémentaires



1.3

La mission de nos marques filles

Notre marque

Notre mission et notre vision

L'écosystème de notre marque

La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité

Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo

Zone de protection

Variations

Notre logo noir et blanc

Nos couleurs

Notre typographie

Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles

et leur identité

Nos collaborations

Logos de nos services numériques

Informations supplémentaires



Télé-Québec Jeunesse propose au jeune public une programmation riche et stimulante, en français et d'ici. Une offre complète qui regroupe tous nos contenus éducatifs pour les 3 à 12 ans.

video.telequebec.tv/jeunesse



Les marques **Coucou** et **SQUAT**, deux marques jeunesse de Télé-Québec, sont en retrait progressif afin de laisser place à Télé-Québec Jeunesse.



MAMMOUTH propose des contenus authentiques et sincères aux jeunes de 13 à 17 ans en leur donnant la parole. Nous explorons tous les styles et les genres, valorisant le développement du sens critique de nos jeunes afin de forger des adultes averti(e)s et éclairé(e)s. mammouth.telequebec.tv

1.3

La mission de nos marques filles

Notre marque

Notre mission et notre vision

L'écosystème de notre marque

La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité

Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo

Zone de protection

Variations

Notre logo noir et blanc

Nos couleurs

Notre typographie

Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles et leur identité

Nos collaborations

Logos de nos services numériques

Informations supplémentaires



La Fabrique culturelle propose des contenus qui célèbrent la richesse et la diversité des arts et de la culture d'ici. Avec ses 10 bureaux régionaux, elle fait rayonner l'identité culturelle québécoise et met en lumière les talents d'exception qui font vibrer notre territoire. **lafabriqueculturelle.tv**



Cuisinez a pour mandat d'inspirer le public à cuisiner et de l'encourager à découvrir notre patrimoine culinaire en utilisant des produits locaux. On y retrouve des recettes, des techniques et des astuces, ainsi que des émissions culinaires. **cuisinez.telequebec.tv**

1.3

La mission de nos marques filles

Notre marque

Notre mission et notre vision

L'écosystème de notre marque

La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité

Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo

Zone de protection

Variations

Notre logo noir et blanc

Nos couleurs

Notre typographie

Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles et leur identité

Nos collaborations

Logos de nos services numériques

Informations supplémentaires



Télé-Québec en classe est un service éducatif qui propose des ressources arrimées aux programmes scolaires et destinées au personnel enseignant et aux élèves. Des milliers de vidéos, de productions originales, de balados, de trousseaux interactives et de jeux pour favoriser la réussite scolaire et cultiver le goût du savoir. enclasse.telequebec.tv



La plateforme **La CLEF – Compter, lire et écrire en famille** – offre un univers de contenus variés et adaptés pour les parents qui cherchent des astuces pour aider et accompagner leurs enfants dans la découverte du calcul, de la lecture et de l'écriture. laclef.tv

**Notre
personnalité
c'est notre
âme**



La personnalité capture l'identité, les valeurs et la mission de la marque. Elle guide l'ensemble de ses comportements, de ses actions et de ses communications, assurant cohérence et authenticité.

2

Notre personnalité



Les éléments clés décrits ici mettent en lumière les principes et caractéristiques fondamentaux qui définissent et distinguent Télé-Québec, créant ainsi une connexion profonde et durable avec nos publics.

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo

Zone de protection
Variations

Notre logo noir et blanc
Nos couleurs

Notre typographie
Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire
Nos marques filles
et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires

Éclairante

Éclairer, c'est mettre en lumière, expliquer, inspirer, instruire et rendre accessible afin de passer le flambeau.

Actuelle

Être actuel, c'est suivre les tendances et rester pertinent en s'intéressant aux préférences des Québécois pour demeurer intemporel.

Humaine

Être humain, c'est être vrai, compréhensif et inclusif. Nous misons sur la collaboration et la proximité avec notre public afin de créer une relation authentique avec celui-ci.

Rassembleuse

Rassembler, c'est incarner notre identité en s'ancrant dans la culture québécoise. Nous voulons la faire connaître et la célébrer afin de vivre, ensemble, des expériences marquantes.

Novatrice

Innover, c'est se donner le droit d'oser et de se réinventer afin de captiver et de surprendre notre public. Nous aimons aller là où l'on ne nous attend pas.



L'expression de notre marque

3.1

Notre tonalité



Notre totalité, c'est notre voix en 7 règles.

Elle détermine comment s'exprimer et se connecter avec le public à travers les messages et les interactions. Les directives fournies ici définissent les traits et les caractéristiques à privilégier pour que nos communications reflètent fidèlement les valeurs de notre marque.

Notre marque

- Notre mission et notre vision
- L'écosystème de notre marque
- La mission de nos marques filles

Notre personnalité

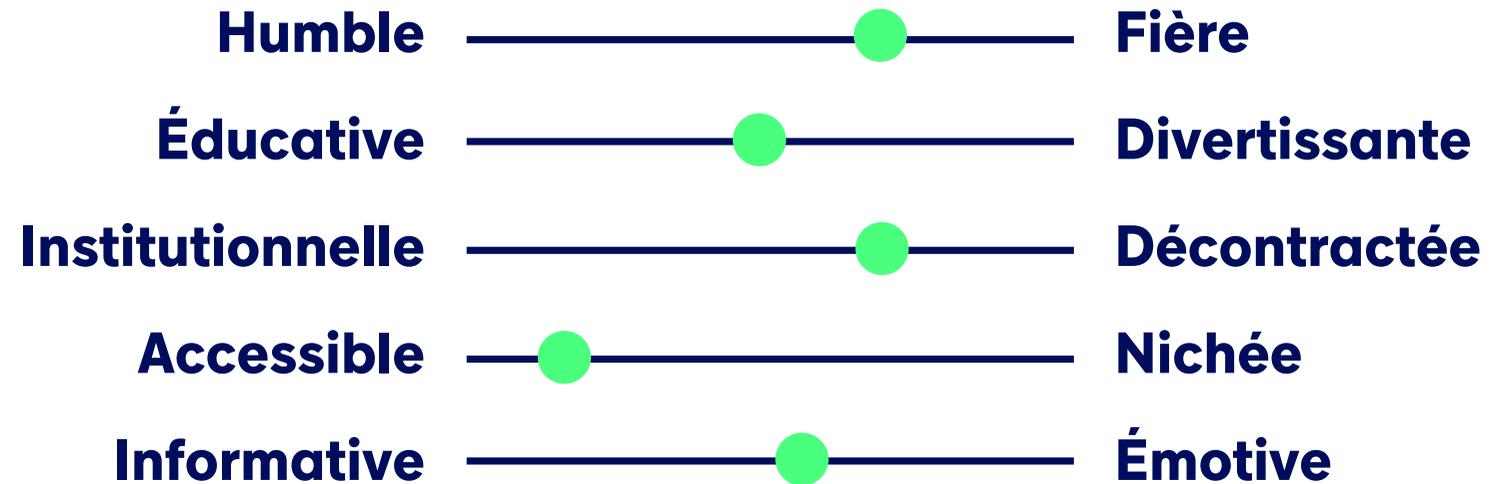
L'expression de notre marque

Notre tonalité

- Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

- La genèse de notre logo
- Notre logo
- Zone de protection
- Variations
- Notre logo noir et blanc
- Nos couleurs
- Notre typographie
- Notre hiérarchie de texte
- À ne pas faire
- Nos marques filles et leur identité
- Nos collaborations
- Logos de nos services numériques
- Informations supplémentaires



Notre voix

Le choix des mots, le niveau de langue et le style créent le contexte dans lequel la relation prendra forme.

On incite la cible à s'intéresser, à se laisser convaincre et à passer à l'action.

Tous ces aspects composent la voix d'une marque que l'on décline selon le contexte.

3.2

Notre voix en 7 règles



Le ton rédactionnel a une incidence aussi importante que le visuel. À lui seul, il alimente notre relation avec le public, le personnel, les annonceurs, les journalistes, les producteurs et les partenaires.

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre
marque

Notre tonalité

Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo

Zone de protection

Variations

Notre logo noir et blanc

Nos couleurs

Notre typographie

Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles

et leur identité

Nos collaborations

Logos de nos services numériques

Informations supplémentaires

- 1. Nous organisons l'information :** Nous utilisons des titres et des intertitres simples et évocateurs pour faciliter la compréhension et guider la lecture, au besoin.
- 2. Nous parlons au présent :** Nous évitons les temps de verbe qui alourdissent le texte. Nous sommes dans le moment présent.
- 3. Nous sommes dans l'action :** Notre message n'est jamais passif. Nous prenons les choses en main, nous convainquons et captivons.
- 4. Nous allons droit au but :** Nos phrases sont courtes, claires et font de l'effet.
- 5. Nous sommes accessibles :** Notre propos doit être facile à comprendre. Nous évitons les termes spécifiques afin que nos messages soient compris par le plus grand nombre de personnes.
- 6. Nous sommes de bonne compagnie :** Notre ton est sympathique, humain. Nous aimons être proches des gens pour développer un sentiment d'accessibilité et une relation engageante avec eux.
- 7. Nous rassemblons les publics :** Nous privilégions la rédaction inclusive afin d'éviter la discrimination et l'exclusion et d'assurer un équilibre dans nos textes.

Notre identité de marque



4.1

La genèse de notre logo

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo
Zone de protection
Variations
Notre logo noir et blanc
Nos couleurs
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte
À ne pas faire
Nos marques filles et leur identité
Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires



Chaque élément qui compose notre logo a sa propre signification en lien avec nos valeurs. Décortiquons-le.

La sphère représente une tête et les deux lignes parallèles représentent des bras. Un être humain ouvert sur le monde, la culture et la découverte.

Le rectangle évoque l'écran de télévision, linéaire et numérique. Il est oblique, pour marquer le mouvement, le changement dans le temps.

Aujourd'hui il fait référence à toutes les fenêtres de diffusion, à tous les types d'écrans.

Les éléments se retrouvent dans un carré, bien encadrés comme l'est notre organisation.

Notre logo dans son ensemble symbolise notre interaction avec le public et l'ouverture sur le monde. Nous sommes un média sincère, vrai et conçu pour les gens.

4.2

Notre logo

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo

Zone de protection
Variations
Notre logo noir et blanc

Nos couleurs
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire
Nos marques filles
et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires



Version carrée : Le logotype dans sa forme carrée sur fond bleu accompagné de son mot-symbole est la forme à privilégier dans l'ensemble des communications.

*** Version recommandée**



Version horizontale : La version horizontale sur fond perdu peut être utilisée afin de répondre à des besoins spécifiques comme un souci d'espace ou de lisibilité.

4.3

Zone de protection

Notre marque

- Notre mission et notre vision
- L'écosystème de notre marque
- La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

- Notre tonalité
- Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

- La genèse de notre logo
- Notre logo

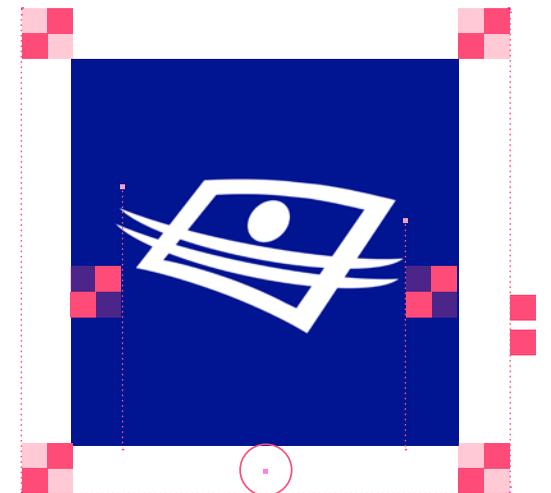
Zone de protection

- Variations
- Notre logo noir et blanc
- Nos couleurs
- Notre typographie
- Notre hiérarchie de texte
- À ne pas faire
- Nos marques filles et leur identité
- Nos collaborations
- Logos de nos services numériques
- Informations supplémentaires



Selon les applications, respectez toujours la marge entourant le logo, tel qu'illustré.

Mesure déterminée par la hauteur de la lettre **u**



4.4

Variations

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection

Variations

Notre logo noir et blanc
Nos couleurs
Notre typographie

Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles
et leur identité

Nos collaborations

Logos de nos services numériques

Informations supplémentaires



Version carrée : La version carrée avec le symbole seul est utilisée dans nos communications lorsque nous nous retrouvons dans notre L'écosystème de notre marque ou lorsque le nom de la marque «Télé-Québec» est mentionnée dans la communication. Il peut également être utilisé pour nos avatars de réseaux sociaux.



Version carrée avec coins arrondis : Notre logo avec le symbole seul dans un carré aux coins arrondis est utilisé dans nos communications lorsque nous référons à notre application.



Il n'y a pas de version noire ou de version blanche de ce logo puisqu'il est utilisé essentiellement sur le web.

4.5

Notre logo noir et blanc

Il se décline en noir ou en blanc prédominant lorsque la couleur est exclue ou pour créer une uniformité lorsqu'il se retrouve auprès d'autres logos partenaires.

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection
Variations

Notre logo noir et blanc

Nos couleurs
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte
À ne pas faire
Nos marques filles et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires



4.6

Nos couleurs principales

Notre palette principale se décline en différentes teintes de bleu.

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection
Variations
Notre logo noir et blanc

Nos couleurs

Notre typographie
Notre hiérarchie de texte
À ne pas faire
Nos marques filles et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires

Bleu utilisé pour nos communications institutionnelles et gouvernementales.

#010E5B
1-14-91
100-96-0-56
PMS 280

Bleu utilisé pour nos communications promotionnelles.

#011592
1-21-146
100-81-0-26
PMS Reflex blue

#0F33BB
15-51-187
100-62-0-0
PMS 293

#1343FB
19-67-251
94-32-0-1
PMS 300

#00A2F1
0-162-241
100-0-0-0
PMS Process blue

#DEEDFF
212-13-100
15-3-0-0
PMS 2707

4.7

Nos couleurs accents

La palette de couleurs d'accents est utilisée avec parcimonie pour dynamiser la palette principale. Elle ne doit jamais prendre plus de place que le bleu.

Notre marque Notre mission et notre vision L'écosystème de notre marque La mission de nos marques filles					
Notre personnalité L'expression de notre marque Notre tonalité Notre voix en 7 règles					
Notre identité graphique La genèse de notre logo Notre logo Zone de protection Variations Notre logo noir et blanc					
Nos couleurs Notre typographie Notre hiérarchie de texte À ne pas faire Nos marques filles et leur identité Nos collaborations Logos de nos services numériques Informations supplémentaires	#4AFF7E 74-255-126 58-0-75-0	#DBF252 219-242-82 23-0-78-0	#F55900 245-89-0 0-75-98-0	#00FFFF 0-255-255 57-0-15-0	#FF80DD 255-128-221 13-58-0-0

Couleurs de convention

Cette légende peut être utilisée pour illustrer de façon plus visuelle des résultats d'affaires à l'interne (documents de référence, présentations)

-  Ça va bien #00A376
0-163-118
80-6-66-0
-  À surveiller #FFCF63
255-207-99
0-21-68-0
-  Critique #EB5B50
235-91-80
00-76-64-0

4.8

Notre typographie

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection
Variations
Notre logo noir et blanc
Nos couleurs

Notre typographie

Notre hiérarchie de texte
À ne pas faire
Nos marques filles
et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires

Personnalisée pour
Télé-Québec, Guillon TQc
est une police de caractère
moderne tout en rondeur.

Guillon TQc black

Guillon TQc bold

Guillon TQc demi

Guillon TQc regular

Guillon TQc light

Guillon TQc thin

4.9

Notre typographie

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection

Variations
Notre logo noir et blanc
Nos couleurs

Notre typographie

Notre hiérarchie de texte
À ne pas faire

Nos marques filles
et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires

1 2 3

abcdefghijklmnopqrstuvwxyx

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyx

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyx

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyx
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyx
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Police de remplacement : À défaut de pouvoir utiliser la police Guillon, la police Arial doit être privilégiée pour son accessibilité et sa lisibilité. La police Arial peut être utilisée pour les présentations, les documents Word, les courriels, etc.

4.10

Notre hiérarchie de texte

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection
Variations
Notre logo noir et blanc
Nos couleurs
Notre typographie

Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire
Nos marques filles et leur identité
Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires

Titre principal Bold (40/42pts)

Sous-titre principal Regular (24/32 pts)

Introduction Demi (14/18 pts)

Titre de paragraphe Bold (20/22 pts)

Sous-titre 1 de paragraphe Bold (16/18 pts)

Sous-titre 2 de paragraphe Regular (16/18 pts)

Texte de paragraphe Regular (12/14 pts)

• Puce 1^{er} niveau Regular (10/12 pts)

• Puce 2^e niveau Regular (10/12 pts)

514 521-2424 Bold (12/14 pts)

telequebec.tv Bold (12/14 pts)

votrenom@telequebec.tv Regular (10/13 pts)

4.11

À ne pas faire

* Ces règles s'appliquent pour l'ensemble des logos de la famille Télé-Québec.

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre
marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo
Zone de protection
Variations
Notre logo noir et blanc
Nos couleurs
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles
et leur identité

Nos collaborations

Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires



Ne pas modifier
l'orientation du logo



Ne pas modifier
les proportions



Ne pas dénaturer
les couleurs du logo



Ne pas déplacer les
éléments du logo



Ne pas appliquer d'effets
sur le logo



Ne pas changer la typo
du logo

Nos marques filles et leur identité

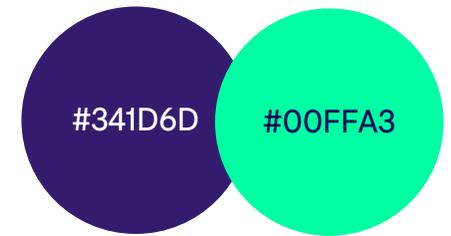


5.1

Télé-Québec jeunesse

* **TYPO : Guillon**

Couleurs primaires



Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre
marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

Notre logo

Zone de protection

Variations

Notre logo noir et blanc

Nos couleurs

Notre typographie

Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles et leur identité

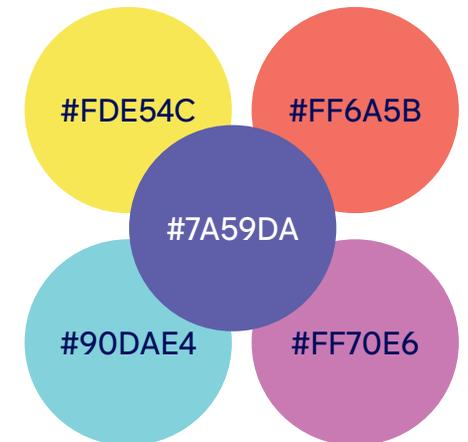
Nos collaborations

Logos de nos services numériques

Informations supplémentaires



Couleurs secondaires



5.2

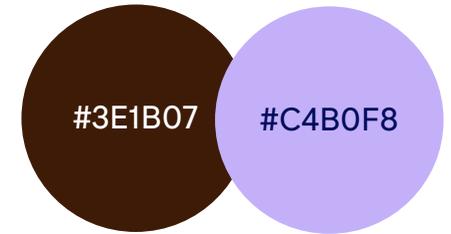
MAMMOUTH



TYP0 : AMSI PRO CONDENSED

MAMMOUTH utilise la typo AMSI PRO CONDENSED en majuscules pour ses titres et Guillon TQc Regular pour le texte courant.

Couleurs primaires



Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre
marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo

Zone de protection
Variations

Notre logo noir et blanc
Nos couleurs

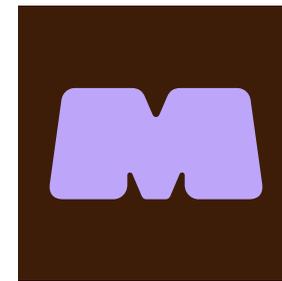
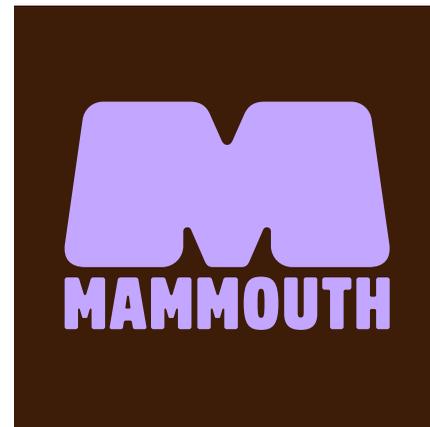
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles et leur identité

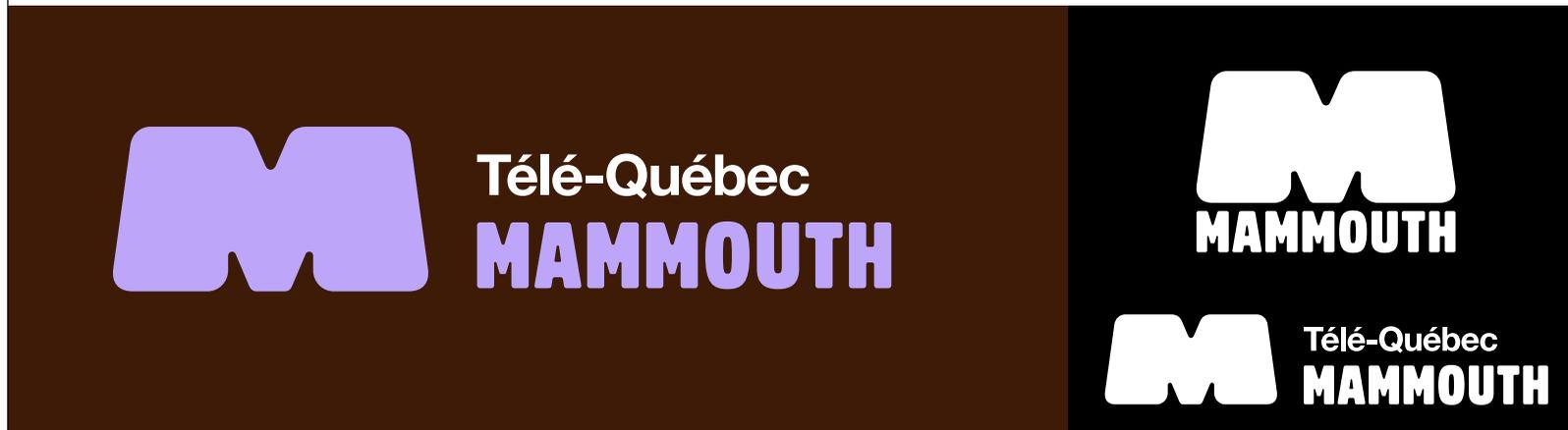
Nos collaborations

Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires



* Ne jamais combiner
le rouge et le jaune.

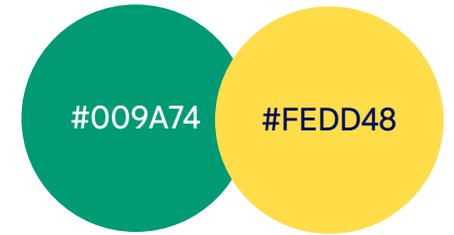
Couleurs secondaires



5.3

Cuisinez

Couleurs primaires



Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre
marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection
Variations

Notre logo noir et blanc
Nos couleurs
Notre typographie

Notre hiérarchie de texte
À ne pas faire

Nos marques filles et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires



50 pixels
et moins



Cuisinez
Télé-Québec



Cuisinez
Télé-Québec



Cuisinez
Télé-Québec



5.4

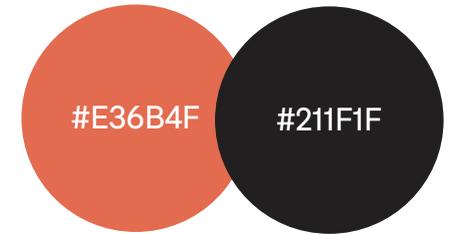
La Fabrique culturelle



TYPO : FLAMA CONDENSED

La Fabrique culturelle utilise la typo *Flama Condensed* en majuscules pour ses titres et *Guillon TQc Regular* pour le texte courant.

Couleurs primaires



Notre marque

- Notre mission et notre vision
- L'écosystème de notre marque
- La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

- Notre tonalité
- Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

- La genèse de notre logo
- Notre logo
- Zone de protection
- Variations

Notre logo noir et blanc

- Nos couleurs
- Notre typographie
- Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles et leur identité

- Nos collaborations
- Logos de nos services numériques
- Informations supplémentaires



50 pixels et moins

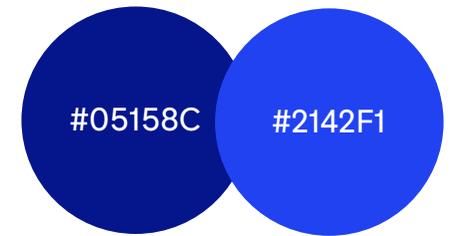


5.5

Télé-Québec en classe

* **TYPO : Guillon**

Couleurs primaires



Notre marque

- Notre mission et notre vision
- L'écosystème de notre marque
- La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

- Notre tonalité
- Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo

- Notre logo
- Zone de protection
- Variations
- Notre logo noir et blanc

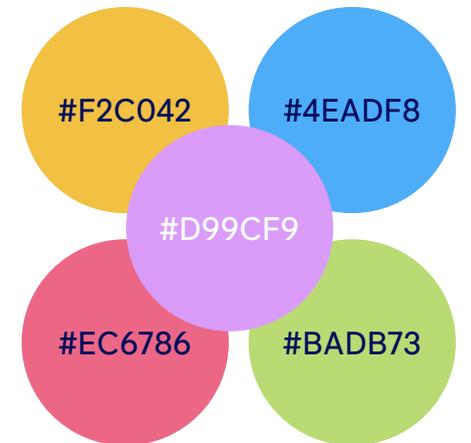
- Nos couleurs
- Notre typographie
- Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire

Nos marques filles et leur identité

- Nos collaborations
- Logos de nos services numériques
- Informations supplémentaires

Couleurs secondaires



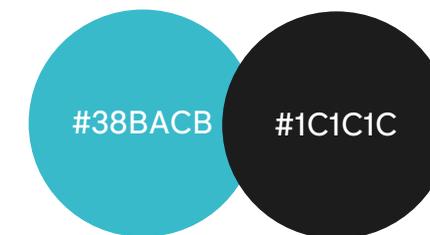
5.6

La CLEF



Le mot « la » doit utiliser la typo Poppins en grasse *Black*.
Le mot « clef » utilise la typo *Regular Black, Regular*.

Couleurs primaires



Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection
Variations

Notre logo noir et blanc
Nos couleurs

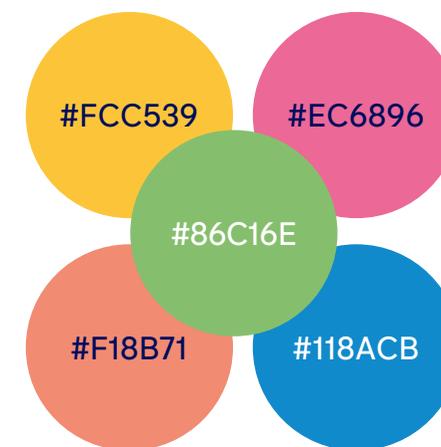
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte
À ne pas faire

Nos marques filles et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires



Couleurs secondaires



5.7

Nos collaborations

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection
Variations
Notre logo noir et blanc
Nos couleurs
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte
À ne pas faire
Nos marques filles et leur identité

Nos collaborations

Logos de nos services numériques
Informations supplémentaires

Dans le cas d'un partenariat ou d'une collaboration avec Télé-Québec, un filet est utilisé pour séparer la marque associée. Les logos placés côte à côte doivent être présentés de façon proportionnelle, égale et être positionnés à la même hauteur.

La mention *en collaboration avec Télé-Québec* est centrée dans le milieu du filet et ne doit être modifiée d'aucune façon.

en
collaboration
avec



5.8

Logos de nos services numériques

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre
marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection
Variations

Notre logo noir et blanc

Nos couleurs
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire
Nos marques filles
et leur identité

Nos collaborations

Logos de nos services numériques

Informations supplémentaires

Les logos de nos services numériques sont affichés en haut des sites web correspondants. Ils sont utilisés dans un seul format, soit celui proposé ici, et ne sont déclinés d'aucune autre façon.

 **Télé-Québec**
centre de presse

 **Télé-Québec**
centre de presse

 **Télé-Québec**
entreprise

 **Télé-Québec**
entreprise

 **Télé-Québec**
producteurs

 **Télé-Québec**
producteurs

Couleur



#010E5B

6

Informations supplémentaires

liens et gabarits

Notre marque

Notre mission et notre vision
L'écosystème de notre marque
La mission de nos marques filles

Notre personnalité

L'expression de notre marque

Notre tonalité
Notre voix en 7 règles

Notre identité graphique

La genèse de notre logo
Notre logo
Zone de protection
Variations

Notre logo noir et blanc
Nos couleurs
Notre typographie
Notre hiérarchie de texte

À ne pas faire
Nos marques filles
et leur identité

Nos collaborations
Logos de nos services numériques

Informations supplémentaires

Le respect rigoureux des normes graphiques est essentiel pour assurer une image de marque forte. Celle-ci permet de positionner rapidement, efficacement et hors de tout doute, la provenance de la communication, et ce, peu importe le contexte.

Toute dérogation doit être préalablement autorisée par écrit par une personne-ressource au sein de la Vice-présidence des communications, de l'image de marque et des affaires gouvernementales de Télé-Québec.

En cas de doute, n'hésitez pas à nous consulter.

<https://entreprise.telequebec.tv/espace-production#boite-a-outils>

Contact de la directrice de la création : Cryan@telequebec.tv



Produit par la Vice-présidence
des communications, de l'image de marque
et des affaires gouvernementales

905, avenue de Lorimier
Montréal (Québec)
H2K 3V9

