

## Federal Identity Program (FIP) logo

The FIP departmental logo, which includes the Canadian flag, shall still be used on all publications. However, since the new graphic identity precludes the logo from being displayed on the front cover of the publication, it must be placed elsewhere, preferably in a space uncluttered by other elements. In most cases, the most convenient place would be at the bottom of the outside back cover, either centred or flush left or right, depending on the publication grid. Other possible locations for the FIP logo – listed in order of priority – include the title page, inside back cover or inside front cover.

For an 8 1/2" x 11" (or equivalent size) publication, the FIP in 10-point type would be suitable. For a smaller brochure – 5 1/2" x 8 1/2", for example – the FIP in 8-point type would be more appropriate. Camera-ready FIP logos are supplied under Chapter 4.10.

From the examples shown below, you will note that the FIP logo – which is always used in a bilingual format – can be set in either two or three lines, depending on the size of the publication. In the case of a very narrow publication, where there may not be sufficient space to put the two-line version side by side, you would use the three-line format instead. The English-first format is used for all English-language publications, while the French-first version must be used for French-language publications. In all cases, however, the logo must be used in the side-by-side format and never shown one beneath the other.

## Logo du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM)

Le logo ministériel du PCIM, qui comprend le drapeau canadien, est quand même utilisé dans toutes les publications. Cependant, les nouvelles normes graphiques ne permettant pas son emploi sur la couverture avant, il doit être placé ailleurs, de préférence à un endroit qui n'est pas encombré par d'autres éléments. Dans la plupart des cas, l'endroit idéal est le bas de la couverture extérieure arrière, où le logo peut être centré, fer à gauche ou fer à droite, selon la grille de publication. Parmi les autres emplacements possibles du logo du PCIM, notons la page-titre, la couverture intérieure arrière ou la couverture intérieure avant, dans cet ordre.

Pour une publication de 8 1/2<sup>po</sup> x 11<sup>po</sup> (ou l'équivalent), on peut choisir un corps de 10 points pour le PCIM. Pour une brochure plus petite – p. ex., 5 1/2<sup>po</sup> x 8 1/2<sup>po</sup> – un corps de 8 points serait plus approprié. Vous trouverez des logos du PCIM prêts à photographier au chapitre 4.10.

Dans les exemples ci-dessous, vous remarquerez que le logo du PCIM – qui est toujours bilingue – peut être disposé en deux ou trois lignes, selon la dimension de la publication. Dans le cas d'une publication très étroite où l'espace est insuffisant pour recevoir la version à deux lignes, les langues côte à côte, vous pourriez alors vous servir de la version à trois lignes. On se sert du format avec l'anglais en premier dans les publications en anglais et du format avec le français en premier dans les publications en français. Toutefois, dans tous les cas, le logo doit être employé avec les langues côte à côte et jamais l'une sous l'autre.



External Affairs and  
International Trade Canada

Affaires extérieures et  
Commerce extérieur Canada



Affaires extérieures et  
Commerce extérieur Canada

External Affairs and  
International Trade Canada



External Affairs and  
International Trade  
Canada

Affaires extérieures et  
Commerce extérieur  
Canada



Affaires extérieures et  
Commerce extérieur  
Canada

External Affairs and  
International Trade  
Canada