



**BRAND  
IDENTITY  
STYLEGUIDE**

V2.0 JAN//2019

**IMAGE  
DE MARQUE:  
GUIDE DE STYLE**

V2.0 JAN//2019





## NOTICE

The following brand guidelines are for internal reference only by the Conservative Party of Canada, its EDAs, campaigns, and its partners. Adherence to the guidelines set out in this brand identity styleguide is imperative to the accurate reproduction of the approved logos and visual standards.

The Conservative Party of Canada reserves the right to change, modify, add/or remove portions of this styleguide at any time. Any styleguide revisions are effective immediately upon any given notice.

It is your responsibility to crossreference your version of the Brand Identity Styleguide with the latest version being issued by the Conservative Party of Canada before use. The version number of the styleguide is displayed on the cover page.

The possession of this guide does not grant rights of use. Please contact the Conservative Party of Canada at 1-866-808-8407 regarding permission to use its brand identity.

## AVIS

Les lignes directrices suivantes sur l'image de marque sont réservées à l'usage interne du Parti conservateur du Canada, ses associations de circonscription électorale, ses équipes de campagne et ses partenaires. Le respect des lignes directrices présentées dans ce Guide de style est impératif pour la reproduction exacte des logos et des normes visuelles approuvés.

Le Parti conservateur du Canada se réserve le droit de changer, de modifier, d'ajouter ou de supprimer des parties de ce guide en tout temps. Toute révision est en vigueur immédiatement à la diffusion d'un avis.

Vous avez la responsabilité de comparer votre version du Guide de style sur l'image de marque à la dernière version émise par le Parti conservateur du Canada avant de l'utiliser. Le numéro de la version figure sur la page couverture.

La possession de ce guide ne constitue pas un droit d'utilisation. Veuillez communiquer avec le Parti conservateur du Canada au 1-866-808-8407 pour plus de détails sur la permission d'utiliser son image de marque.

## TABLE OF CONTENTS

### INTRODUCTION

### BRAND IDENTITIES

Logomark

Logo

### TYPOGRAPHY

Primary Typeface

Secondary Typeface

Tertiary Typeface

### COLOURS

CPC Primary Colours

Secondary Colours

### ACCEPTABLE BRAND USAGE

### OFFICIAL PHOTOGRAPH

### STANDARD LAWN SIGN

## TABLE DES MATIÈRES

### 1 INTRODUCTION

### 5 IMAGE DE MARQUE

Marque du logo

Logo

### 11 TYPOGRAPHIE

Police primaire

Police secondaire

Police tertiaire

### 19 COULEURS

Couleurs primaires du PCC

Couleurs secondaires

### 23 UTILISATION ACCEPTABLE DE LA MARQUE

### 27 PHOTOGRAPHIE OFFICIELLE

### 31 PANCARTE STANDARD





INTRODUCTION

INTRODUCTION

## INTRODUCTION

Fresh. Familiar. These two words describe the new brand identity for Canada's Conservatives and its efforts to win the next federal election.

The Conservative Party of Canada's previous logo has served the Party faithfully since its founding in 2003. However after five national campaigns, 15 years of usage, and major technological changes over that time span, it is time for an update. The new identity is specifically designed to be ideally suited for use on social media, tablets, smartphones, and online video, while continuing to deliver clean and sharp utilization on physical products, such as literature pieces, lawn signs, and banners.

The refreshed brand identity however is still true to our Party's proud heritage and legacy, and will continue to be easily recognizable to voters, members, and volunteers across Canada.

## INTRODUCTION

Fraîche. Familière. Ces deux mots décrivent la nouvelle image de marque des conservateurs du Canada et leurs efforts pour gagner les prochaines élections fédérales.

Le logo précédent du Parti conservateur du Canada sert fidèlement le parti depuis sa fondation en 2003. Cependant, après cinq campagnes nationales, 15 années d'utilisation et des changements technologiques majeurs pendant cette période, il est temps de le mettre à jour. La nouvelle image de marque est spécialement conçue pour être utilisée sur les médias sociaux, les tablettes, les téléphones intelligents et les vidéos en ligne, tout en permettant un usage net sur des produits matériels comme des documents, des pancartes et des bannières.

La nouvelle image de marque reste fidèle au fier héritage de notre parti et restera facilement reconnaissable pour les électeurs, les membres et les bénévoles, partout au Canada.







BRAND IDENTITIES / IDENTITÉS DE MARQUE

## LOGOMARK

\*The main logomark should ALWAYS be used fully intact featuring both the C and the skewed box as one unit.



FULL COLOUR // PLEINE COULEUR

## MARQUE DU LOGO

\*Le logo principal devrait TOUJOURS être utilisé tel quel, présentant le C et la boîte asymétrique comme une seule entité.



ONE COLOUR // UNE COULEUR



GRAYSCALE // ÉCHELLE DE GRIS

REVERSED CONTRAST // CONTRASTE INVERSE



FULL COLOUR // PLEINE COULEUR

ONE COLOUR // UNE COULEUR

GRAYSCALE // ÉCHELLE DE GRIS



0.25IN // 0.6CM MIN. WIDTH // LONGUEUR MIN.

**LOGO**  
// EN // FR // BI

**LOGO**  
// AN // FR // BI

ENGLISH // ANGLAIS



FRENCH // FRANÇAIS



BILINGUAL // BILINGUE



REVERSED CONTRAST // CONTRASTE INVERSE

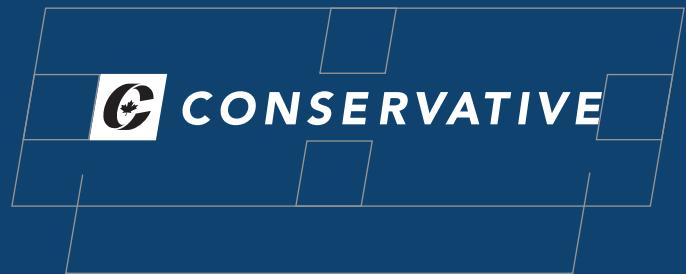


FULL COLOUR // PLEINE COULEUR

ONE COLOUR // UNE COULEUR

GRAYSCALE // ÉCHELLE DE GRIS

CLEAR SPACE // 1x LOGOMARK BOX  
ESPACE LIBRE // 1x BOITE DE LA MARQUE DU LOGO



1IN // 2.5CM MIN. WIDTH // LONGUEUR MIN.





## PRIMARY TYPEFACE AVENIR

Selected for its legibility in smaller reproductions as well as its inherent sans-serif and rounded symmetrical quality, Avenir LT Std 95 Black is the primary typeface of the new brand identity. Additionally, its font family can be used for headline, feature and body copy in both uppercase and lowercase.

A standard and wildly popular typeface, Avenir was designed by Adrian Frutiger and released in 1988 by Linotype GmbH.

## POLICE PRIMAIRE AVENIR

Choisie pour sa facilité à être lue dans de petites reproductions et sa qualité symétrique arrondie et sans empattement inhérent, la police Avenir LT Std 95 Black est la police primaire de la nouvelle image de marque. Sa famille de polices peut être utilisée pour les titres, les sous-titres et les textes, en majuscules et en minuscules.

Police standard et très connue, Avenir a été conçue par Adrian Frutiger et publiée en 1988 par Linotype GmbH.

AVENIR LT STD // 95 BLACK

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
Àà Ââ Ää Çç Èè Éé Êê Ëë Ìì Ïï Ôô Ùù Ûû Üü  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

35 LIGHT

45 BOOK

55 ROMAN

65 MEDIUM

85 HEAVY

95 BLACK

Cc  
Cc

Cc  
Cc

Cc  
Cc

Cc  
Cc

Cc  
Cc

Cc  
Cc

**CONSERVATIVE**

## SECONDARY TYPEFACE

### DROID

Mainly selected for body copy, Droid offers a supporting font to the primary font.

Additionally, the Droid Serif variations feature a more traditional look. Completing the official typeface toolkit, it allows for a break in the pace of more complex layouts when used in chorus with the modern look of Avenir.

The Droid font family was designed by Steve Matteson for Ascender Corporation in 2007. It was intended for use on the small screens of Android compatible mobile handsets.

DROID SERIF // REGULAR

---

## POLICE SECONDAIRE

### DROID

Principalement choisie pour les textes, Droid soutient la police primaire.

De plus, les variantes avec empattement de Droid sont plus traditionnelles. S'ajoutant aux polices officielles, elle permet d'échapper aux dispositions plus complexes quand elle est utilisée avec l'allure moderne de la police Avenir.

La famille de polices Droid a été conçue par Steve Matteson pour Ascender Corporation en 2007. Elle visait à être utilisée sur les petits écrans des appareils mobiles compatibles Android.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
Àà Ââ Ää Çç Èè Éé Êê Ëë Îî Ïï Ôô Ùù Ûû Üü  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

DROID SANS //  
REGULAR

Cc

DROID SANS //  
BOLD

Cc

DROID SERIF //  
REGULAR

Cc

DROID SERIF //  
ITALIC

Cc

DROID SERIF //  
ITALIC

Cc

DROID SERIF //  
BOLD

Cc

DROID SERIF //  
BOLD ITALIC

Cc

DROID SANS // REGULAR

---

Assita serspe valor recabo. Et dolorerum et, quo cuptiae ctemolo bla poritib ps

DROID SANS // BOLD

---

# ANDREW SCHEER

DROID SERIF // REGULAR

---

Positionem nonem et evenis  
maionsequide ides andusamusdae  
dipsaperem. Ibusaperci blanderum  
vollatendi aspersp idioribus eniae  
valorpor mil ilignie ndamus ut eaquam  
nulpa et alictum eos es exerum  
facilibusape ni omnis modis exerum  
velias aliquam et, con eossequas ex

Hil moluptasi imoditius aut re pre lam  
rescia dendist estint.  
Illam ea vellut evelibusdame nonsectes  
natemque doles suntor rendandis anis  
explabore, ipsanis dempore ssinihil  
earcid es debisim sumet ut que et  
ipictis autet untiatur, sam este nonserc  
illisquam aut et ulparum m aruptio

Arcienih icatiusam velectio es utem de  
maximus et dolenis int id ma sus dolum  
voluptum eum et la nusdanda core  
voluptaesto maximet faccum voluptatqui  
toruptam volupta ventiosanit, sequam  
liquati busciusam, sinciatem aut es aut  
esti commias et pro cum imet ut facearum  
quis sitatis est.

DROID SERIF // BOLD

---

# Jill, Thomas, Grace, Madeleine, Henry and Mary

## TERTIARY TYPEFACE

### DIN

DIN retains its status as an official typeface in the Brand Identity Styleguide because of its versatility and thinner profile for longer groups of text layout.

Widely used for traffic, administrative and technical applications, DIN has become a wildly popular font in recent years due to its simple yet modern look.

Originally designed for industrial uses, the first DIN-type fonts were a simplified design that could be applied with limited technical difficulty.

DIN // ENGSCHRIFT

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv  
Ww Xx Yy Zz  
Àà Ââ Ãã Çç Èè Éé Êê Ëë Ìí Òò Óó Ùù Úú Üü  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

DIN //  
REGULAR

Cc

DIN //  
MEDIUM

Cc

DIN //  
BOLD

Cc

DIN //  
BLACK

Cc

DIN //  
CONDENSED LT

Cc

DIN //  
CONDENSED BLK

Cc

MONDAY // LUNDI  
OCT  
21  
2019





PANTONE // 541C

CMYK 100/58/9/42  
RGB 0/63/114  
HEX 003F72

PANTONE // 032C

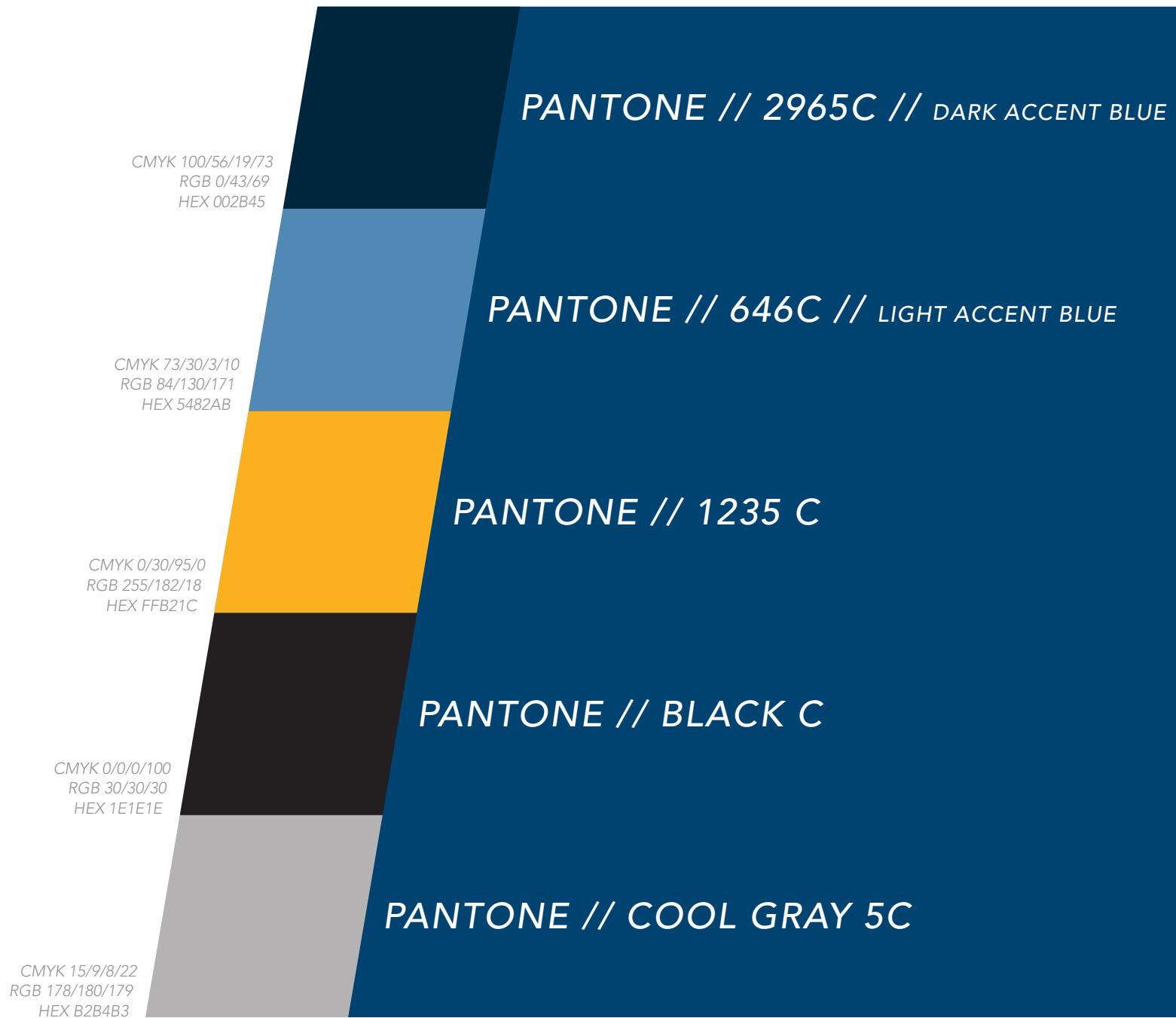
CMYK 0/90/60/0  
RGB 237/41/57  
HEX ED2939

PANTONE // 187C

CMYK 5/100/71/22  
RGB 167/25/48  
HEX A71930

## SECONDARY COLOURS

## COULEURS SECONDAIRES







ACCEPTABLE BRAND  
USAGE

UTILISATION ACCEPTABLE  
DE LA MARQUE

## ACCEPTABLE BRAND USAGE

DON'T DO THIS //  
À NE PAS FAIRE



Use of the old logos on new products, including use of the C logo without its box // Utilisation des vieux logos sur les nouveaux produits, dont l'utilisation du logo C sans la boîte



Logo rotation // Rotation des logos



Use of the logos with a gradient // Utilisation des logos avec dégradé

## UTILISATION ACCEPTABLE DE LA MARQUE

CONSERVATIVE

Use of the logotype without the logomark // Utilisation du logotype sans la marque du logo



Use of the logos on a busy background // Utilisation des logos sur un fond chargé



Skewing of the relative dimensions of the logos // Modification des dimensions relatives des logos



Alterations to the layout of the logos // Altérations à la disposition des logos

CONSERVATIVE

Use of the logos against low-contrast backgrounds // Utilisation des logos sur des fonds à faible contraste

CONSERVATIVE VICTORY

Amending the logos // Modification des logos

CONSERVATIVE

Use of the logos with low opacity // Utilisation des logos avec une faible opacité

CONSERVATIVE

Recolouring the logos // Changement des couleurs des logos



# DO // À FAIRE



Use of the logos on clear photographic backgrounds // Utilisation des logos sur des fonds photographiques clairs



Use of the logos on high-contrast colours and shades // Utilisation des logos sur des couleurs et teintes à fort contraste



Use of the appropriate logo variation depending on the shade of that background // Utilisation de la variante de logo appropriée selon la teinte du fond





OFFICIAL PHOTOGRAPH | PHOTOGRAPE OFFICIELLE

## OFFICIAL PHOTOGRAPH

Conservative Party Leader Andrew Scheer's official photograph should be used on any official communication referring to the Leader when a photograph is required.

Alternatively, photographs used on the Leader's official social media pages, or the Conservative Party of Canada's social media pages or website, can be repurposed as supporting images to be used in addition to the Leader's official photograph when more than one image is required.

Updated and additional official photographs will be made available closer to the next federal election.

## PHOTOGRAPHE OFFICIELLE

La photographie officielle du chef du Parti conservateur Andrew Scheer doit être utilisée dans toute communication officielle faisant référence au chef quand une photo est requise.

Les photos utilisées sur les médias sociaux officiels du chef, les médias sociaux du Parti conservateur du Canada ou le site Web du parti peuvent aussi être adaptées comme photos de soutien en plus de la photographie officielle du chef quand plus d'une photo est requise.

Des photographies officielles mises à jour et additionnelles seront fournies à l'approche des prochaines élections fédérales.







**STANDARD LAWN SIGN**

**PANCARTE STANDARD**

## **STANDARD LAWN SIGN**

A standard lawn sign is one of the most recognizable pieces of promotional material for any candidate during a campaign. When ordering a standard lawn sign, candidates have two options. Lawn sign text can either reflect "Vote" for non-incumbent candidates, or "Re-elect" for incumbent candidates, followed by their name. Vote has been selected over Elect due to the active nature of the word, encouraging involvement and the importance of casting your ballot at the polls. Equivalent text options in French are also available.

A third bilingual option is also offered. Viable options include English text featured first, followed by French text or French text featured first, followed by English text.

Finally, candidates can also choose whether to have their website URL featured on the top left corner of the lawn sign.

To request a standard lawn sign, contact officials at Party Headquarters.

## **PANCARTE STANDARD**

Une pancarte standard est l'un des outils promotionnels les plus facilement reconnaissables pour tout candidat pendant une campagne. Quand ils commandent une pancarte standard, les candidats ont deux options. Le texte peut indiquer « Votez » pour les candidats non encore élus, ou « Réélisez » pour les candidats élus, avec leur nom. Le terme « Votez » a été choisi au lieu d' « Élisez » en raison de sa nature active, encourageant la participation et soulignant l'importance de voter aux bureaux de scrutin. Ces options existent également en anglais.

Une troisième option bilingue est aussi offerte. Les options sont l'anglais en vedette, suivi du français, ou le français en vedette, suivi de l'anglais.

Finalement, les candidats peuvent choisir d'indiquer l'adresse de leur site Web dans le coin supérieur gauche de la pancarte.

Pour demander une pancarte standard, veuillez communiquer avec les responsables au Bureau national du Parti.



