

POLITIQUE CONCERNANT L'USAGE DE LA RAISON SOCIALE, DU LOGO ET AUTRE MATÉRIEL D'IDENTITÉ ET DE PROMOTION

RAISON SOCIALE

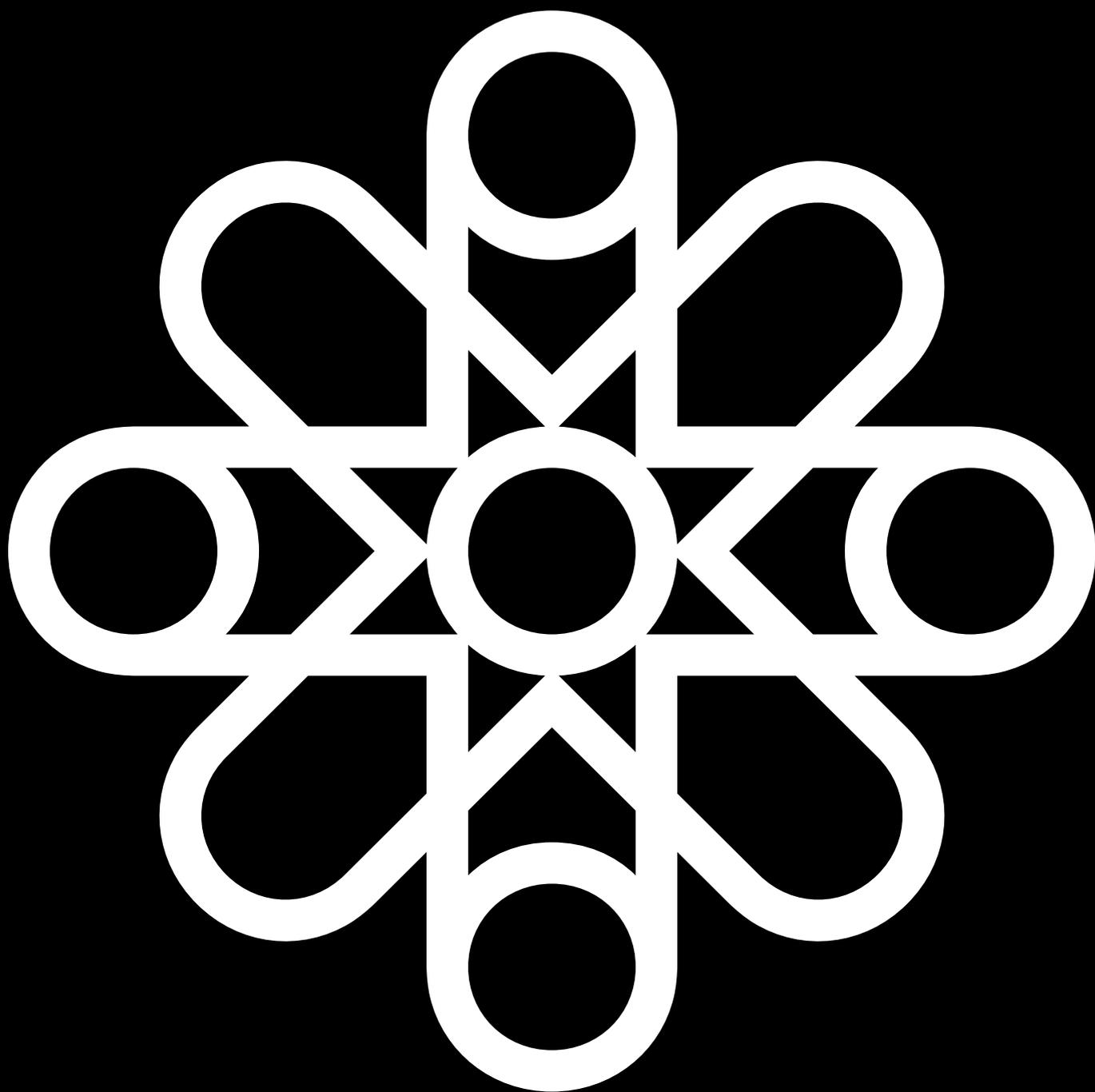
Une marque est un symbole qui définit ce que nous sommes, notre personnalité. Le Conseil du sport de Montréal favorise le développement sportif de la métropole en réalisant différentes initiatives visant à mobiliser et soutenir les acteurs de la communauté sportive, accompagner l'élite sportive et faciliter la tenue d'événements sportifs.. Notre image de marque et notre logo ont été créés afin de refléter cette personnalité qui nous distingue et qui nous est unique.

L'objectif relié à l'utilisation des normes corporatives est de mieux refléter qui nous sommes en :

- Faisant connaître la marque et ce qu'elle peut apporter aux utilisateurs de nos services ;
- Créant un sentiment d'appartenance au Conseil du sport et ses intervenants ;
- Créant le sentiment d'appartenance à un réseau apprécié pour son équipe et les services qu'ils offrent.

UTILISATION ET PROPRIÉTÉ

Voici le guide de marque du Conseil du sport expliquant explicitement les modalités d'utilisation de la marque et de ses propriétés qui a été produit en 2021.



**CONSEIL
DU SPORT
DE MONTRÉAL**

TABLE DES MATIÈRES

ADN de la marque	4
L'île de Montréal et la Ville de Montréal	6
Le sport	7
Le Conseil du sport de Montréal	8
Logo	10
Icône	12
Éléments	14
Logotype	18
Principal	20
Couleurs	22
Utilisations interdites	24
Typographie	26
Titres – officiels	28
Textes – officiels	29
Titres – secondaires	30
Textes – secondaires	31
Couleurs	32
Principales	34
Secondaires	36
Applications	38
Cartes d'affaire	40
Signatures courriel	41
Papeterie	43
Réseaux sociaux	44
Bannière	46
Fond de scène	47
Casquettes	48
Vêtements	49
Photographie	50
Traitement photo	52
Logos secondaires	54
Conclusion	62

ADN DE

LA MARQUE

Le Conseil du sport de Montréal est un organisme ayant pour vision de faire de Montréal une métropole sportive reconnue localement et internationalement.

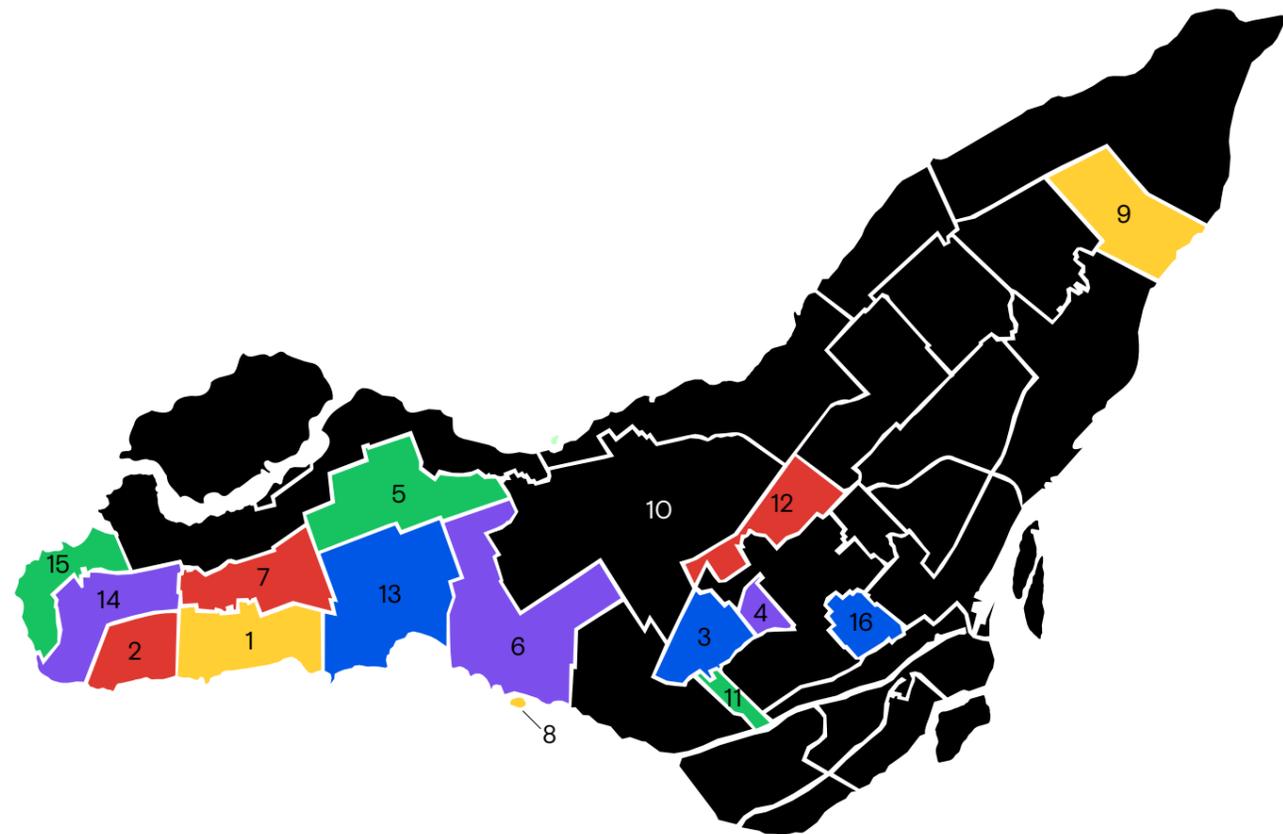
L'identité de la marque a été développée en 2020 afin de doter cette nouvelle organisation sportive rassembleuse d'une image forte, unificatrice et digne d'une ville dynamique comme Montréal.

Afin de positionner cette nouvelle organisation, le Conseil du sport de Montréal a misé sur trois piliers identitaires: l'île de Montréal et la Ville de Montréal, le sport et l'organisme en tant que tel.

ADN DE LA MARQUE

L'ÎLE DE MONTRÉAL ET LA VILLE DE MONTRÉAL

Forte de plus de 2 millions de résident.e.s, l'île de Montréal est la région la plus peuplée du Québec. L'île se compose de 16 municipalités, la Ville de Montréal, qui regroupe près de 90 % de sa population ainsi que 15 villes liées. Pour sa part, la Ville de Montréal se déploie en 19 arrondissements.



- | | | | |
|------------------|-----------------------|-------------------|----------------------------|
| 1 Beaconsfield | 5 Dollard-des-Ormeaux | 9 Montréal-Est | 13 Pointe-Claire |
| 2 Baie d'Urfé | 6 Dorval | 10 Montréal | 14 Sainte-Anne-de-Bellevue |
| 3 Côte-Saint-Luc | 7 Kirkland | 11 Montréal-Ouest | 15 Senneville |
| 4 Hampstead | 8 L'Île-Dorval | 12 Mont-Royal | 16 Westmount |

ADN DE LA MARQUE

LE SPORT

Le sport est ancré dans l'ADN de Montréal. Nous n'avons qu'à penser à des institutions sportives tel le M.A.A.A. qui remporta la première Coupe Stanley en 1893 et une Coupe Grey en 1931. Figure indissociable de Montréal, l'équipe de hockey des Canadiens avec ses 24 conquêtes de la Coupe Stanley a permis à une nation entière de s'identifier à une équipe sportive championne.

Au-delà du sport professionnel, les montréalais.e.s ont galvanisé leur attachement sportif en accueillant les premiers Jeux olympiques en sol canadien lors de l'été 1976. Legs majeur pour l'écosystème sportif montréalais et québécois, leur apport rejaillit encore aujourd'hui sur les structures d'accueil pour les centaines de milliers de sportives et sportifs du territoire. Encore en 2020, Montréal est la première ville au pays pour l'accueil d'événements sportifs et parmi les grandes villes du monde pour recevoir des manifestations sportives d'envergures.

De plus, Montréal accueille encore aujourd'hui la très grande majorité des fédérations sportives provinciales, certaines fédérations canadiennes, le Comité olympique canadien ainsi que le siège social de l'Agence mondiale antidopage. Il s'agit d'autant d'indicateurs de la force de notre écosystème sportif montréalais.

ADN DE LA MARQUE LE CONSEIL DU SPORT DE MONTRÉAL

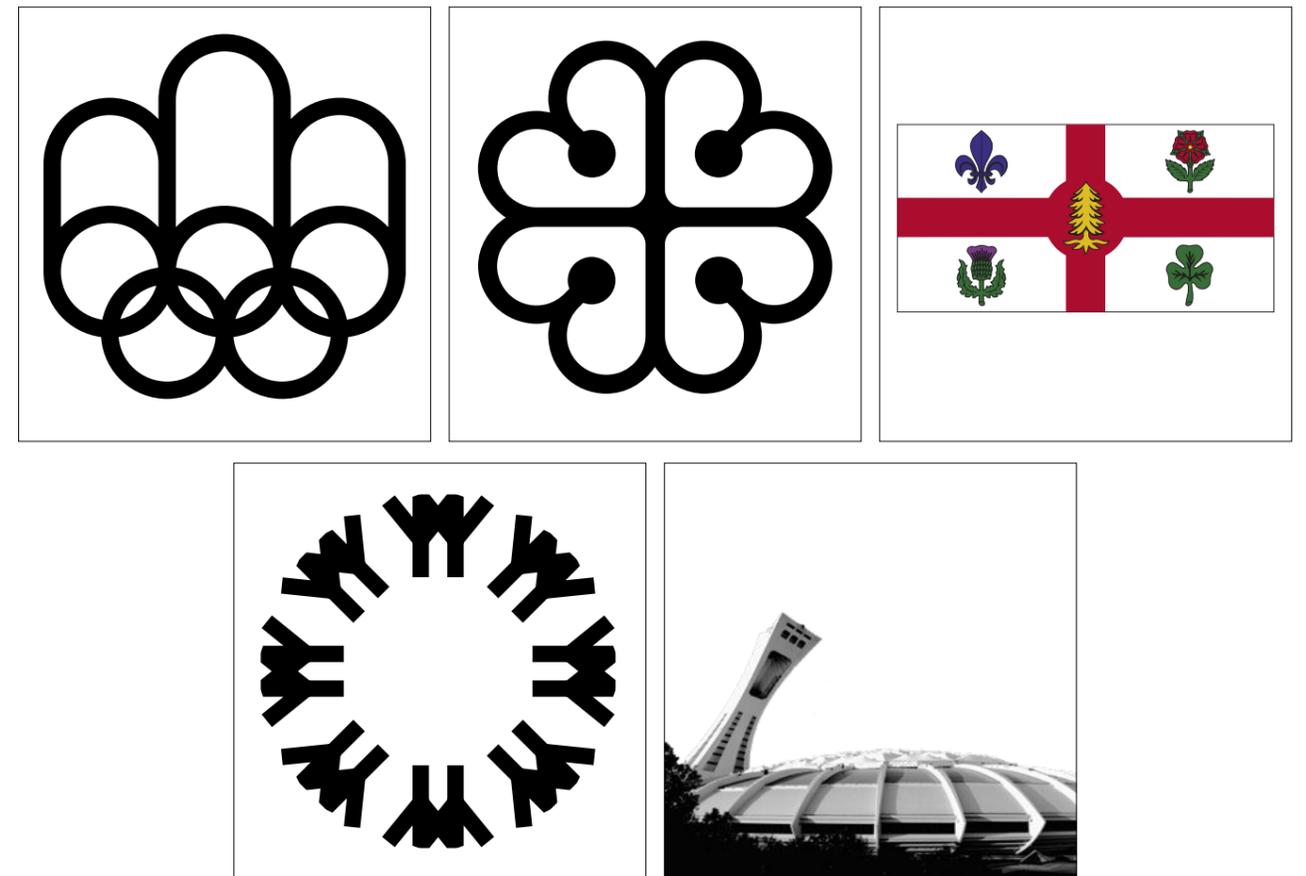
Depuis plusieurs années, le milieu sportif montréalais revendique une organisation sportive multisports centrale pouvant simplifier la structure sportive, mais pouvant également bonifier l'offre de services auprès des divers acteurs sportifs de l'île. C'est un organisme pouvant porter la voix du milieu afin de revendiquer fièrement le rôle du sport dans le développement d'une communauté forte et en santé.

C'est avec cette vision en tête que le Conseil du sport de l'île de Montréal voit officiellement le jour en 2018 et est officiellement reconnu par l'agglomération de Montréal en juin 2020. Le lancement officiel du Conseil du sport de Montréal et la présentation de son image de marque auprès du milieu sportif montréalais eurent lieu lors du Sommet du sport de Montréal le 3 décembre 2020. Cette date officialise la première étape du déploiement de son offre de services qui s'opérationnalisera au cours des prochaines années.

Ainsi, grâce au regroupement des acteurs sportifs de l'île, ensemble nous pourrons faire de Montréal une métropole sportive reconnue localement et internationalement.

ADN DE LA MARQUE INSPIRATIONS

Les inspirations qui nous ont permis de développer la nouvelle identité du Conseil du sport de Montréal sont: le logo des Jeux olympiques de Montréal de 1976, le logo de la Ville de Montréal, les 5 peuples fondateurs de Montréal, la Terre des Hommes et le Stade olympique.



LOGO

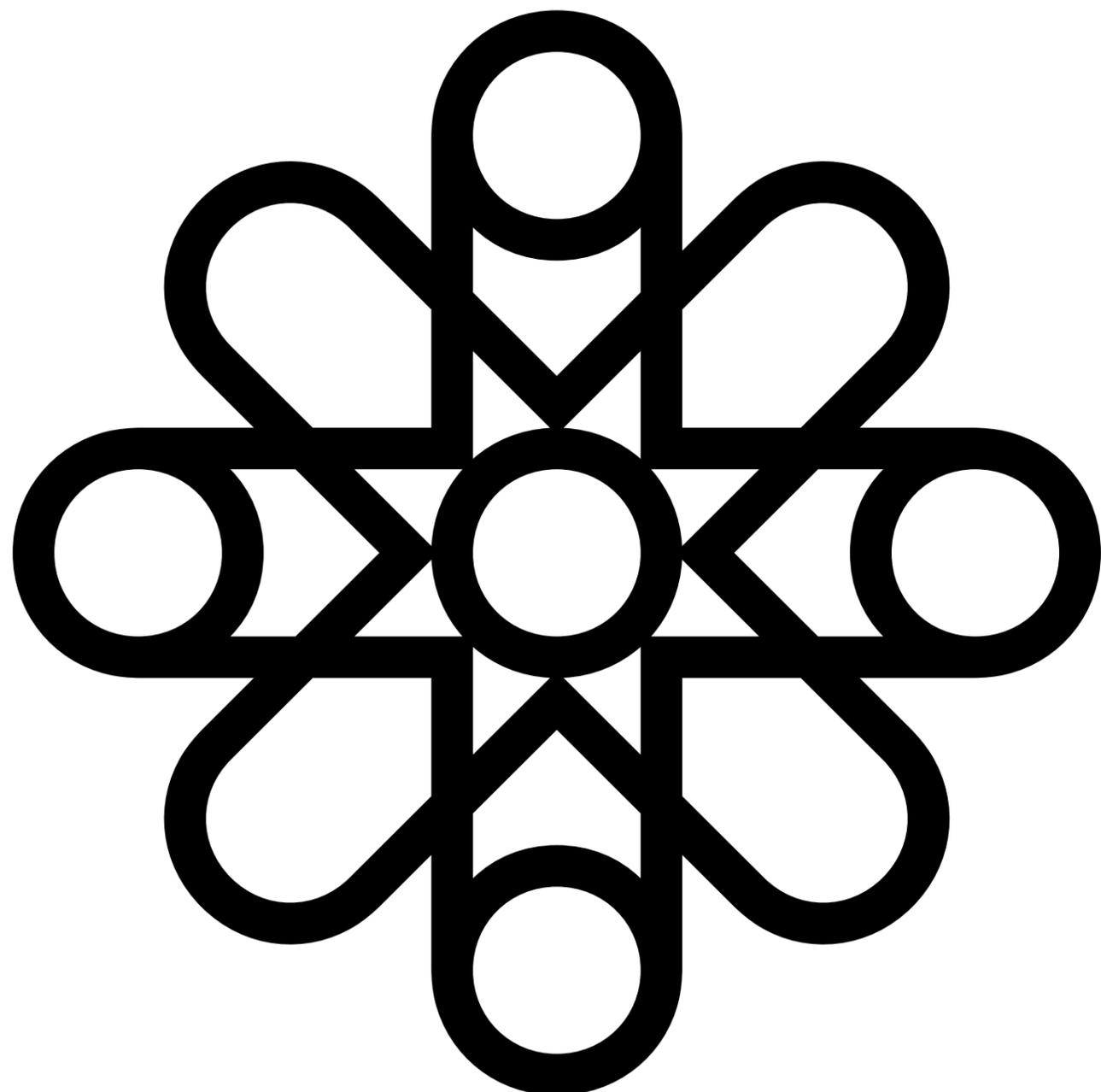
Le logo est l'élément clé de l'image de marque du Conseil du sport de Montréal. Il se décline en plusieurs aspects, soit l'icône, le logo, le logotype et les éléments.

Les règles des pages suivantes doivent être respectées pour assurer la cohérence graphique de la marque.

LOGO ICÔNE

L'icône du Conseil du sport de Montréal a été développée en 2020 et représente notre voix. L'icône est le signe officiel de l'organisme et doit apparaître sur tous ses documents officiels. On utilise l'icône comme élément graphique. L'icône est utilisée seule pour des utilisations telles que les réseaux sociaux où le nom de l'organisme est indiqué à ses côtés ou des applications plus graphiques.

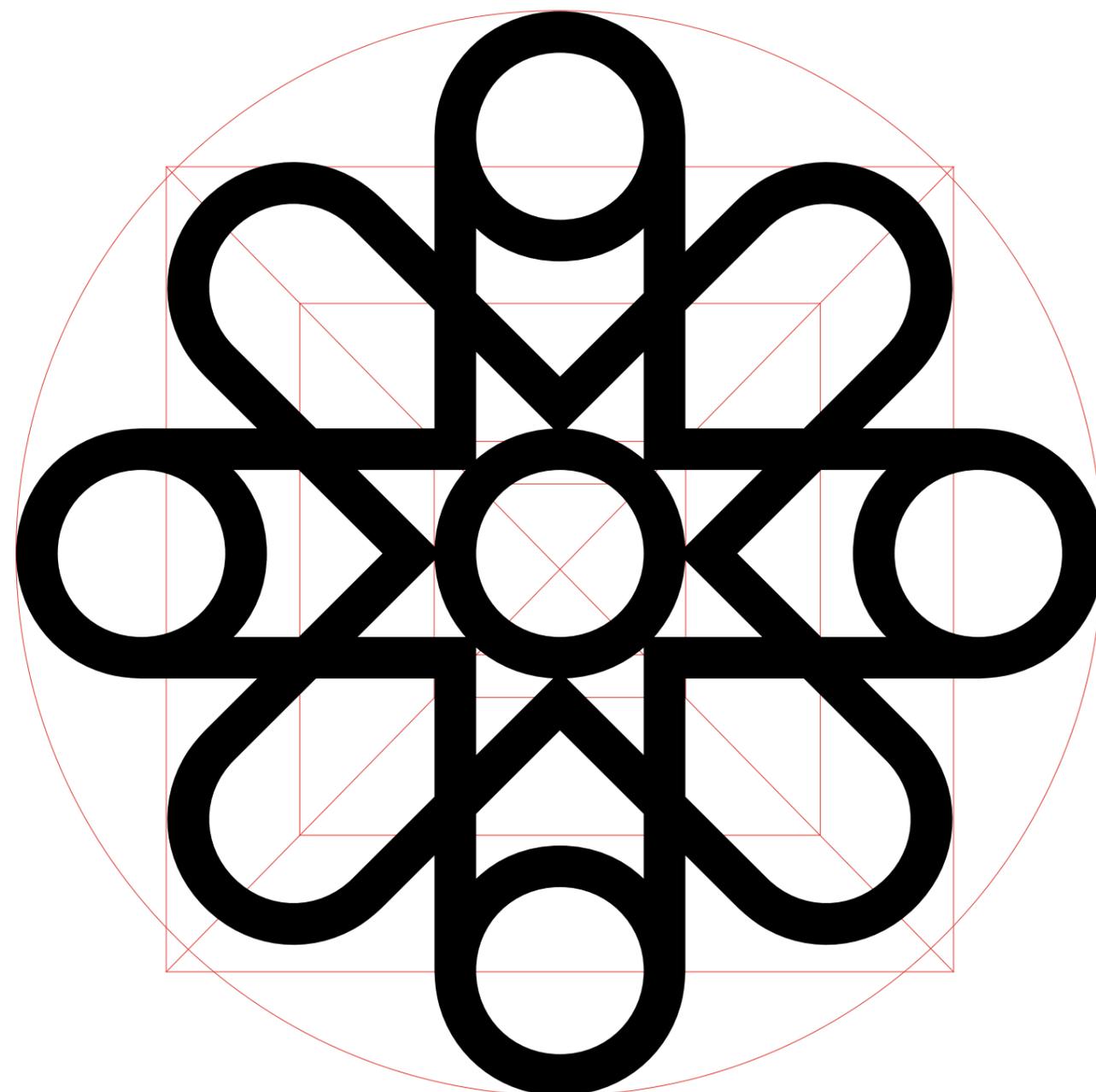
L'icône ne doit dans aucun cas être déformée ou redessinée. Tous les usages du logo doivent être approuvés par l'organisme et doivent utiliser les logos officiels fournis. Les bonnes couleurs et les bonnes proportions doivent être respectées.



LOGO ICÔNE

L'icône du Conseil du sport de Montréal a été construite en respectant des règles de géométrie précises et s'inspire de plusieurs éléments pour faire ressortir les caractéristiques de l'organisme. Sa construction doit en tout temps être respectée selon la géométrie présentée sur cette page.

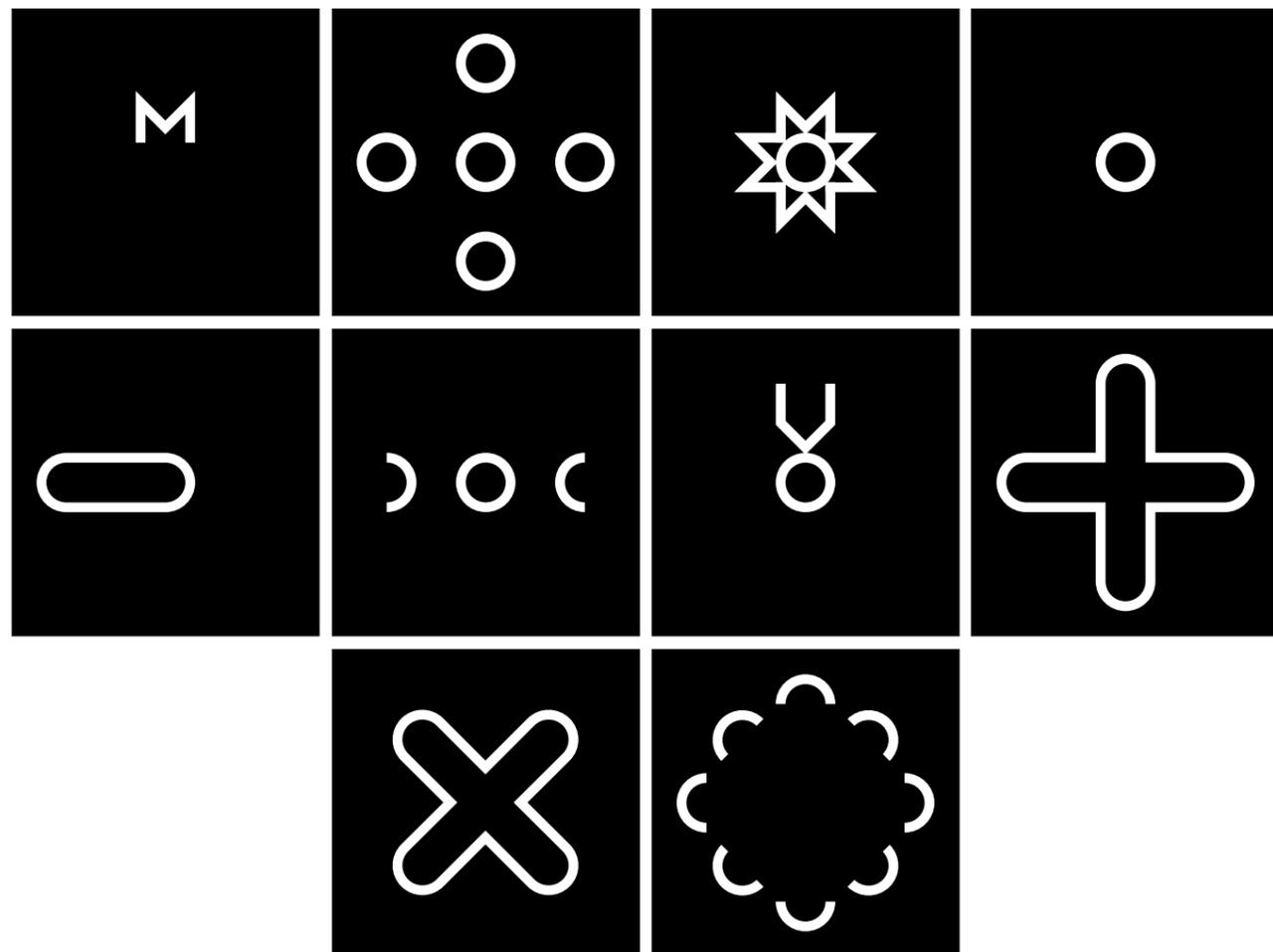
Une représentation fidèle du logo du Conseil du sport de Montréal est disponible ci-dessous. En plus d'illustrer la simplicité du dessin à la base de la conception de l'icône, la grille permet de s'assurer du respect constant des proportions de l'icône dans toutes ses applications.



LOGO ÉLÉMENTS

L'icône du Conseil du sport de Montréal est construite à partir de dix éléments clés. Tous les éléments permettent la construction d'une icône forte et percutante qui définit notre organisme.

Dans l'icône, on peut y voir le M de Montréal, un soleil, cinq anneaux, un objet de jeu, un terrain de jeu, une piste d'athlétisme, une médaille, le symbole d'addition, le symbole de multiplication et une table de concertation.



LOGO ÉLÉMENTS MONTRÉAL

Éléments représentant Montréal

M de Montréal

Parce qu'avant toute chose, le Conseil du sport de Montréal est une organisation ancrée dans son milieu. Le M fait ainsi référence au nom de son île et de sa ville, métropole du Québec, berceau du Canada.

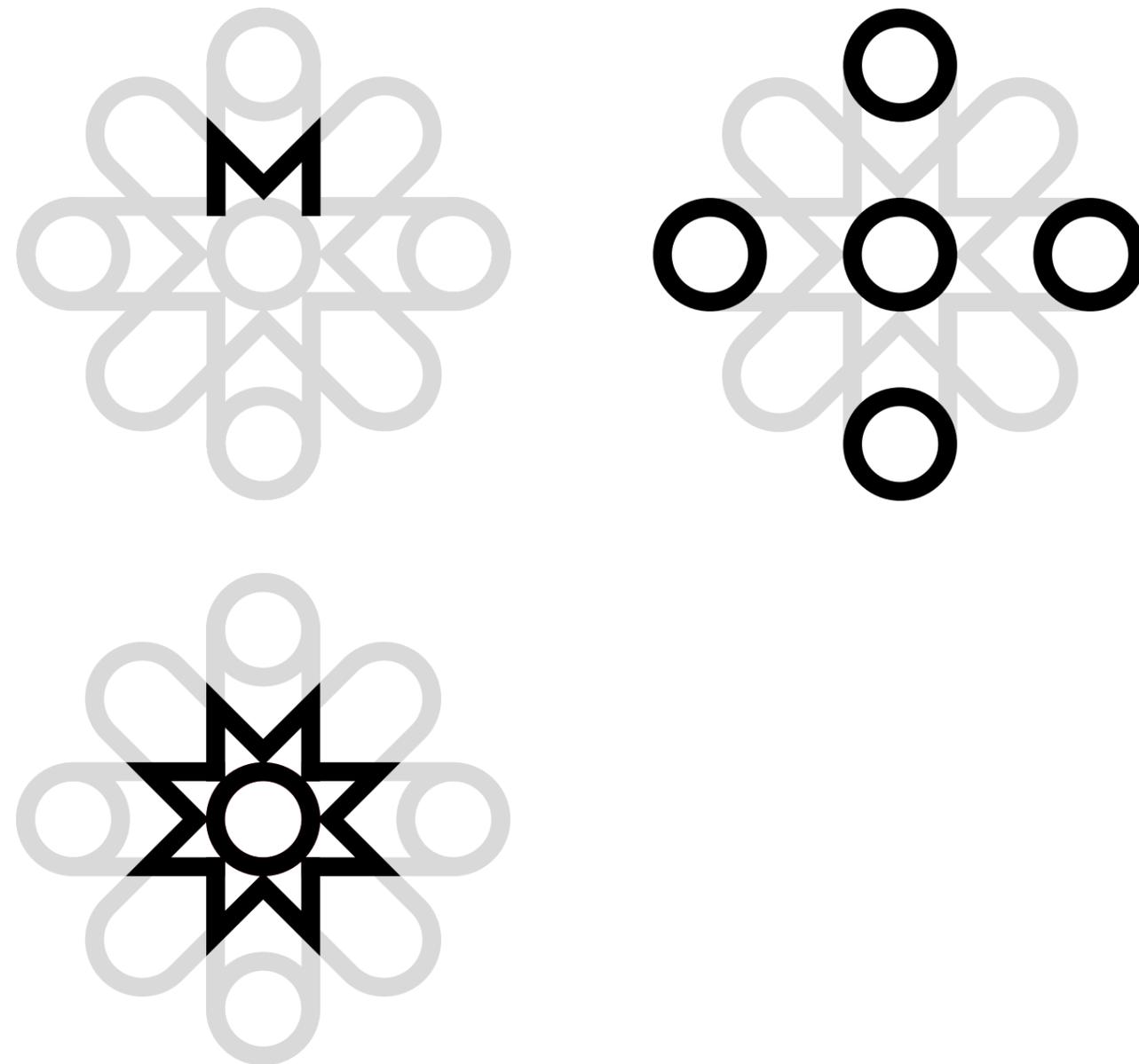
Soleil

Bien que la ville connaisse des hivers rigoureux, sa population s'identifie tout autant à travers ses printemps ensoleillés, ses chaleurs d'été, ses magnifiques couleurs d'automne et ses festivités qui réchauffent les cœurs tout au long de l'année.

Cinq anneaux

Les cinq anneaux font référence au symbole de la grande messe sportive et par le fait même à l'expérience olympique de Montréal. Il s'agit aussi d'un premier symbole représentant les cinq peuples fondateurs de Montréal qui sont représentés ultérieurement à travers la palette de couleur du Conseil du sport.

Finalement, cet élément est un référent important pour représenter le rôle du Conseil du sport de Montréal à travers les cinq contextes de la pratique sportive: découverte, initiation, récréation, compétition et excellence.



LOGO ÉLÉMENTS SPORT

Éléments représentant le sport

Objet de jeu

Le sport est la raison d'être de l'organisation. Pour représenter le plus simplement cette mission, le rond central fait référence à l'objet de jeu. Que ce soit une rondelle, un ballon, une balle, un disque, plusieurs sports utilisent un objet circulaire qui devient un allié dans leur pratique sportive.

Terrain de jeu

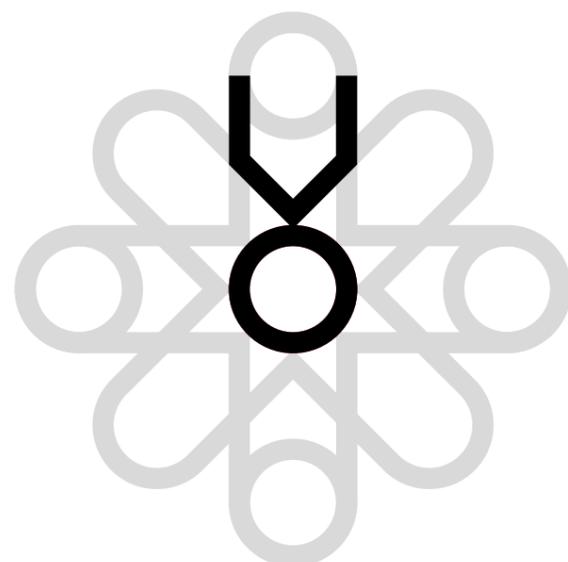
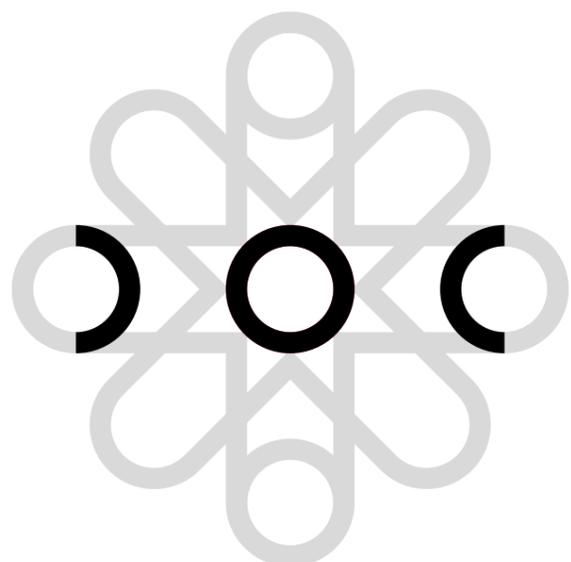
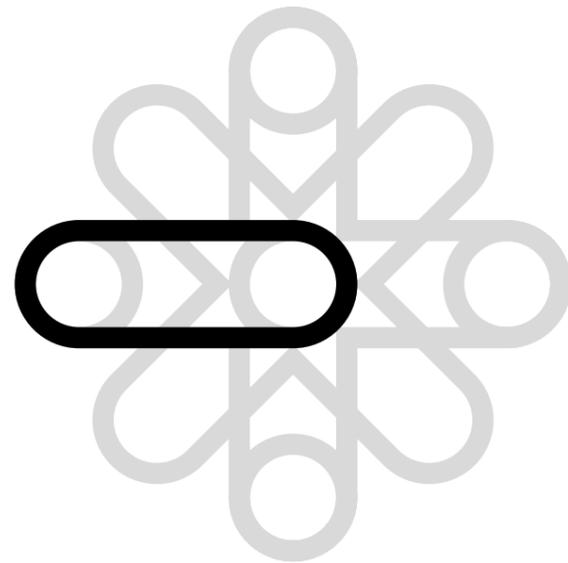
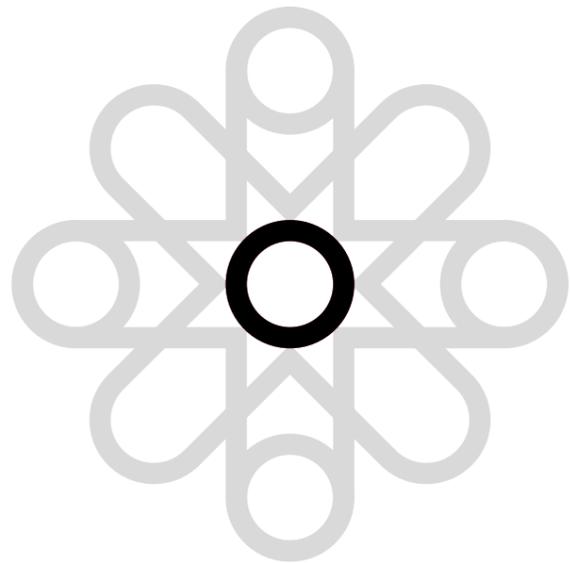
Afin de jouer et de pratiquer un sport, la plupart des disciplines sportives nécessitent un terrain de jeu. Cette représentation graphique des lignes d'un terrain de soccer, de basketball, de handball, de hockey, etc., nous rappelle l'importance d'offrir un environnement bâti adéquat afin de garder la population active et en santé.

Piste d'athlétisme

L'athlétisme est le sport emblématique des Jeux olympiques et pour bien des gens, le sport à sa plus pure expression. La piste d'athlétisme intégrée au logo est un clin d'œil à cette discipline et un rappel graphique important au logo des Jeux de 1976.

Médaille

La médaille symbolise universellement l'excellence et la reconnaissance sportives. À l'intérieur du logo du Conseil du sport de Montréal, elle rappelle l'importance de valoriser les performances sportives. Il s'agit aussi d'une allusion au rôle fondateur d'Excellence sportive de l'île de Montréal (ESIM) dans la création du Conseil.



LOGO ÉLÉMENTS CONSEIL

Éléments représentant le conseil

Addition

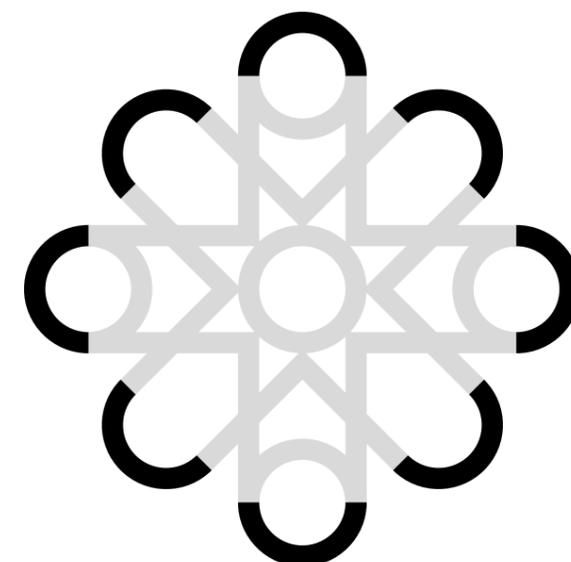
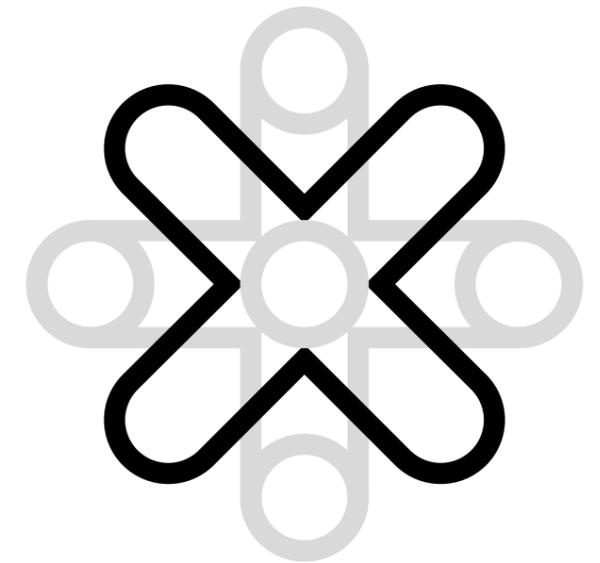
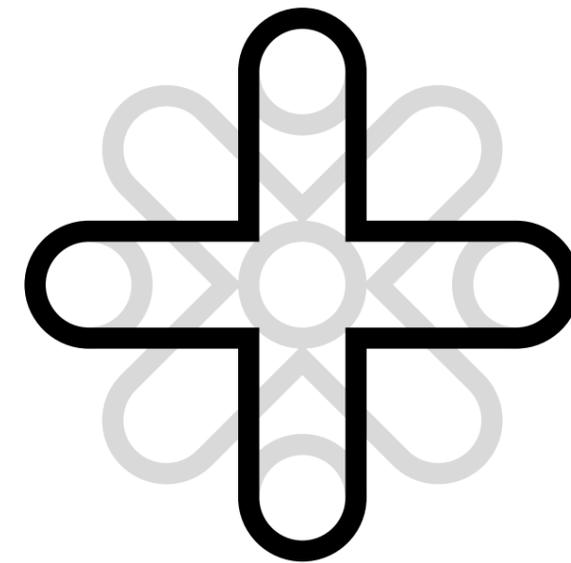
Acteur positif de changements et d'innovation, le Conseil du sport de Montréal est un plus pour la communauté sportive montréalaise. Sa création permet au sport dans la métropole d'ajouter une voix forte pour représenter l'ensemble du milieu.

Table de concertation

La concertation est au cœur de la réussite d'organisations tel le Conseil du sport de Montréal. OBNL créé afin de réunir l'ensemble du milieu sportif montréalais, les chaises entourant une table symbolisent le regroupement des principales organisations du milieu afin d'atteindre un objectif commun: faire de Montréal une métropole sportive reconnue localement et internationalement. Cet élément en cercle est également un référent de l'approche consensuelle et de concertation forte dans les cultures des Premières Nations, premier peuple présent sur le territoire.

Multiplication

Au-delà de l'addition, le regroupement des forces sportives du territoire permettra de multiplier les impacts positifs que le sport a auprès des jeunes et des moins jeunes. Le sport organisé sera ainsi plus fort au bénéfice de l'ensemble des citoyennes et citoyens de l'île de Montréal.



LOGO LOGOTYPE

Les logotypes présentés dans les pages suivantes ont été composés en Media Sans Semi Condensed Black, police de caractère créé par la fonderie typographique Production Type. L'interlignage et l'approche ont été travaillés et doivent toujours respecter les proportions présentées ci-dessous. Le logotype peut être utilisé seul pour certaines applications seulement, par exemple pour signer un document, mais l'icône doit être présent dans le document. On privilégie toujours l'utilisation du logo complet.

Le logotype doit toujours avoir un dégagement relatif à la taille du C autour de lui, peu importe la taille d'utilisation. À noter que le logotype doit toujours être en noir, sauf exception, lorsque le fond sur lequel il est placé est trop foncé pour être visible, et le cas échéant, il doit se retrouver inversé, en blanc.



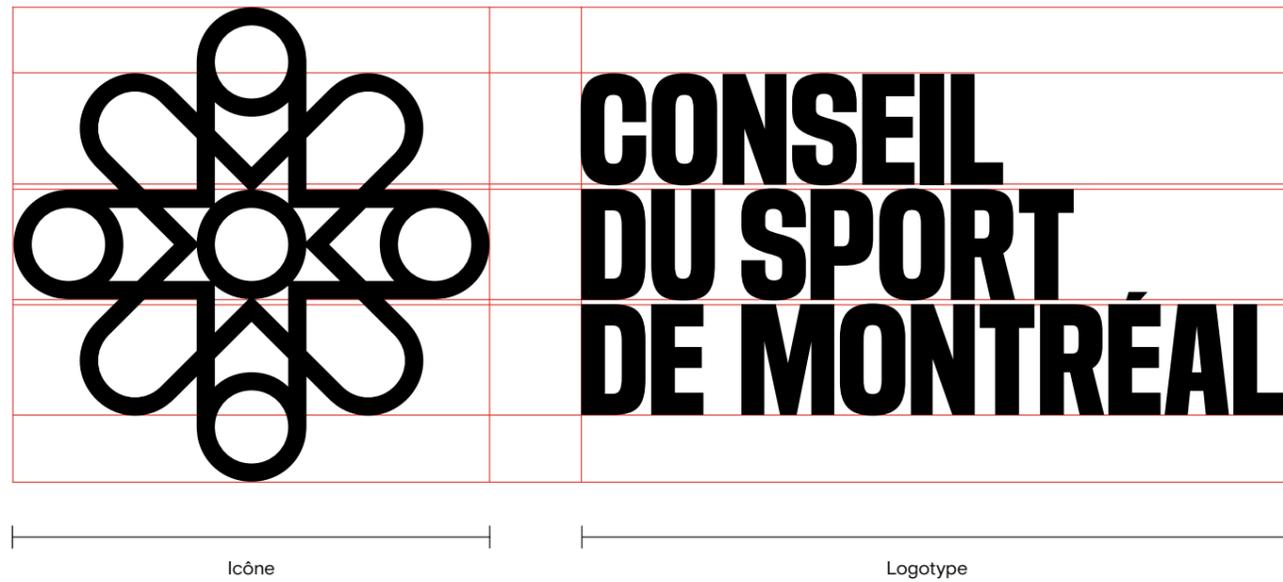
LOGO LOGOTYPE

**CONSEIL
DU SPORT
DE MONTRÉAL**

LOGO PRINCIPAL

Le logo principal est formé de l'icône et du logotype. Le logo principal doit être utilisé en premier dans la plupart des applications graphiques. Il a le rôle de signature principale et est l'élément distinctif de la marque. Le logo principal est décliné en plusieurs couleurs, mais la version en noir est la version principale et celle qui devrait être choisie en premier, sauf dans le cas précis de déclinaison de marque.

Le logo principal doit toujours avoir un dégagement autour de lui, peu importe la taille d'utilisation. À noter que le logo principal doit toujours être en noir, sauf exception, lorsque le fond sur lequel il est placé est trop foncé pour être visible, et dans ce cas, il doit se retrouver inversé, en blanc. L'usage minimal du logo principal est de 100 pixels de large et ne doit, en aucun cas, être de taille plus petite.



LOGO PRINCIPAL



Usage minimal: 100 px



Usage minimal: 100 px

LOGO COULEURS

Le logo principal peut se décliner dans les différentes couleurs de la marque du Conseil du sport de Montréal. À noter que la partie logotype du logo principal doit toujours se présenter en noir, sauf dans le cas d'un fond de couleur foncé où on présentera le logotype en blanc.

Les couleurs ne doivent jamais être appliquées au logo au complet, mais seulement à l'icône. Seulement ces six déclinaisons de couleurs sont permises et doivent être conformes aux couleurs de la marque.



LOGO COULEURS



LOGO

UTILISATIONS INTERDITES



Ne jamais mélanger les couleurs



Ne jamais mélanger les couleurs



Ne jamais déplacer les éléments



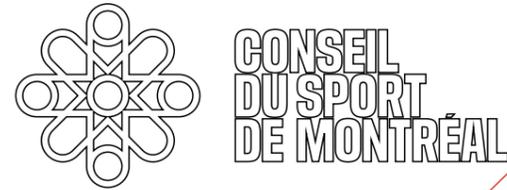
Ne jamais utiliser les versions en couleurs sur une photo



Ne jamais déformer le logo



Ne jamais changer les proportions



Ne jamais utiliser de contour



Ne jamais remplir les formes



Ne jamais superposer le logo



Ne jamais jouer en transparence



Ne jamais utiliser d'effets



Ne jamais utiliser des couleurs pour la typographie

TYPOGRAPHIE

La typographie est importante dans la charte graphique du Conseil du sport de Montréal. L'utilisation de la bonne police pour les titrages et le texte courant doit être conforme au guide de normes. Deux jeux différents de polices sont utilisées sur la plateforme. Les polices officielles doivent être utilisées en premier et les polices secondaires sont utilisées dans des cas précis, soit dans les utilisations sur la suite Google.

TYPOGRAPHIE TITRES OFFICIELS

L'utilisation de la typographie est un élément clé dans l'image de marque du Conseil du sport de Montréal. La police de caractère choisie pour les titrages, Media Sans Semi Condensed dans la graisse Black permet de passer un message clair et percutant.

La police de caractère pour les titres doit toujours être utilisée en majuscule pour s'assurer d'une harmonie efficace avec le logo. Nous utilisons seulement la graisse Black dans toutes les déclinaisons.

**Media Sans Semi-
Condensed Black**
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
!@#\$%?&*()

TYPOGRAPHIE TEXTES OFFICIELS

L'utilisation de la typographie est un élément clé dans l'image de marque du Conseil du sport de Montréal. La police de caractère choisie pour les textes, Basis Grotesque dans la graisse Regular permet de passer un message clair et actuel.

La police de caractère pour les textes courants peut être utilisée en minuscule comme en majuscule en respectant les règles de la langue écrite. La graisse recommandée est le Regular, mais nous permettons l'utilisation du Bold et du Off White pour certaines applications.

Basis Grotesque
Regular
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
!@#\$%?&*()

TYPOGRAPHIE TITRES SECONDAIRES

Lorsqu'on travaille sur des documents en ligne, sur la plateforme Google, nous devons travailler avec les polices secondaires. La police de caractère choisie pour les titrages secondaires est, Anton dans la graisse Regular, qui permet de passer un message clair et percutant.

La police de caractère pour les titres doit toujours être utilisée en majuscule pour s'assurer d'une harmonie efficace avec le logo. Nous utilisons seulement la graisse Regular dans toutes les déclinaisons.

Anton Regular
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
!@#\$%^&*()

TYPOGRAPHIE TEXTES SECONDAIRES

Lorsqu'on travaille sur des documents en ligne, sur la plateforme Google, nous devons travailler avec les polices secondaires. La police de caractère choisie pour les textes est, Work Sans dans la graisse Light permet de passer un message clair et actuel.

La police de caractère pour les textes courant peut être utilisée en minuscule comme en majuscule en respectant les règles de la langue écrite. La graisse recommandée est le Light, mais nous permettons l'utilisation du Bold et du Regular pour certaines applications.

Work Sans Light
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
!@#\$%^&*()

COULEURS

Au-delà du logo, les couleurs du Conseil du sport de Montréal sont des aspects reconnaissables de l'image de marque. En utilisant les couleurs de manière appropriée, on assure une cohérence et une reconnaissance de la marque à travers toutes ses applications. La palette de couleurs comprend des couleurs principales et des couleurs secondaires.

COULEURS PRINCIPALES

Les couleurs principales sont au coeur de notre identité graphique et nous assurent une neutralité dans nos éléments. Le noir et le blanc offrent un contraste fort et marqué et permettent à nos éléments graphiques d'être lisibles lorsqu'utilisés dans différents contextes.

Le noir doit toujours prévaloir, lorsque possible, et le blanc doit être utilisé lorsque le contraste du noir n'est pas suffisant, par exemple, sur un fond foncé. Autant dans les applications web qu'imprimées, les bons codes couleurs doivent être utilisés.

NOIR

CMJN 30.30.30.100
RVB 0.0.0
HEX #000000
PANTONE BLACK 6 C

COULEURS PRINCIPALES

BLANC

CMJN 0.0.0.0
RVB 255.255.255
HEX #FFFFFF

COULEURS SECONDAIRES



Les couleurs secondaires permettent d'accentuer le côté identitaire à la marque et nous permettent de nous démarquer. Ces couleurs sont utilisées dans les déclinaisons de la marque. Elles peuvent être utilisées à même l'icône dans le logo ou comme couleurs d'accent dans différentes applications de la marque.

À noter que, lorsqu'on décline certaines pièces en couleur, elles devraient toutes apparaître dans le document, lorsque c'est possible. Les codes couleurs doivent impérativement être respectés, autant dans les applications imprimées que les applications web.

L'origine des couleurs secondaires est intimement liée à l'histoire de la métropole. Dans un premier temps, les cinq couleurs font référence aux cinq peuples fondateurs représentés sur le drapeau de la Ville de Montréal.

JAUNE

Le pin blanc incarne la présence autochtone ancestrale sur le territoire.

BLEU

La fleur de lys de la maison royale de Bourbon représente l'élément d'origine française.

ROUGE

La rose de la maison de Lancastre représente l'élément d'origine anglaise.

MAUVE

Le chardon représente l'élément d'origine écossaise.

VERT

Le trèfle d'Irlande représente l'origine irlandaise.*

De plus, l'utilisation des cinq couleurs secondaires fait écho au passé olympique de la Ville avec des couleurs qui se rapprochent de celles des anneaux olympiques. Afin de rendre justice à l'identité de la marque du Conseil du sport de Montréal, les couleurs ont été actualisées avec des teintes pertinentes pour une utilisation dans un contexte de plus en plus numérique.

*Source: Site web de la Ville de Montréal: http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_dad=portal&pageid=5798,40709569&_schema=PORTAL

2017 - Drapeau de Montréal



1976 - Olympiques



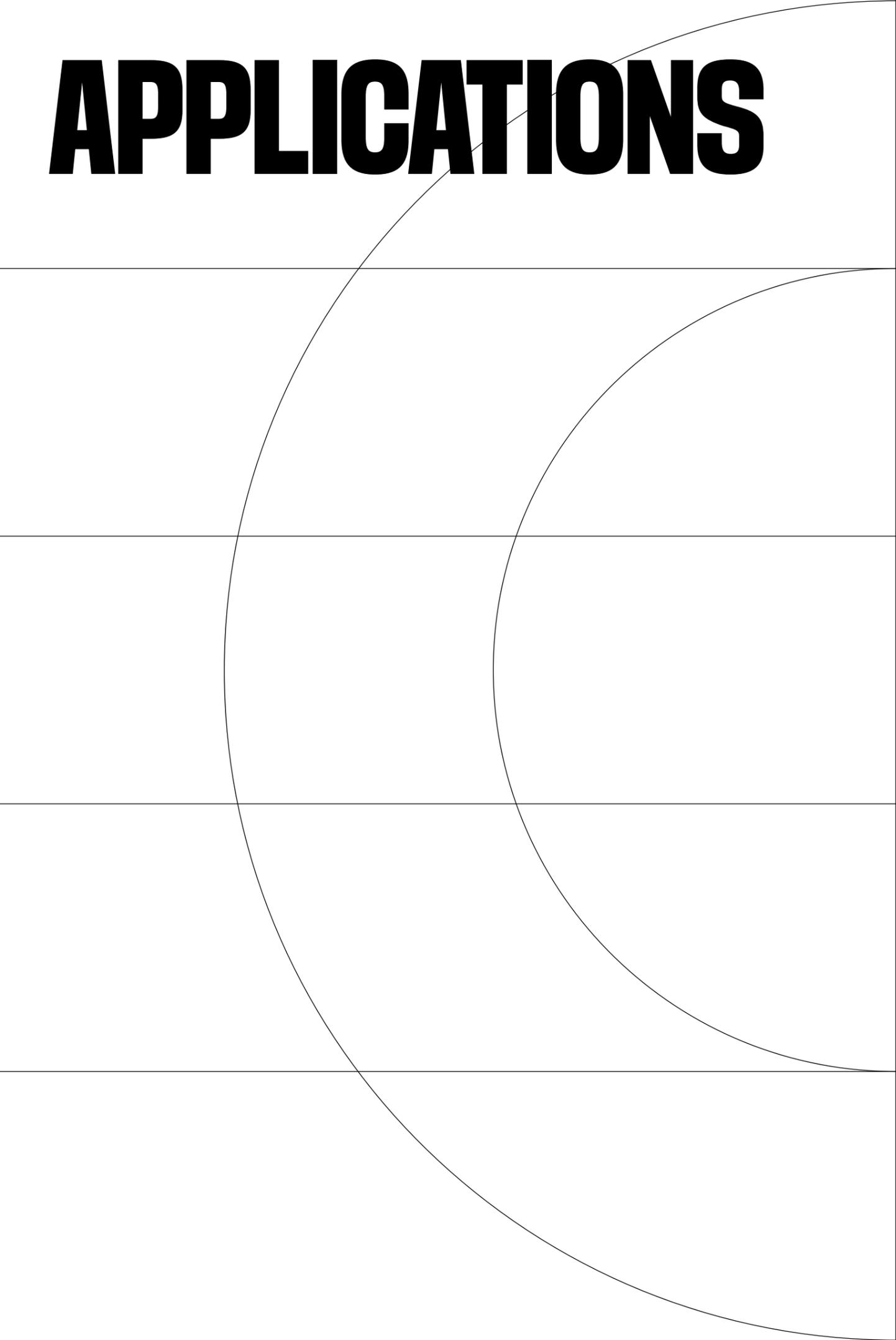
2020 - Conseil du sport de Montréal



COULEURS SECONDAIRES

BLEU	ROUGE	JAUNE	VERT	MAUVE
CMJN 89.66.0.0 RVB 0.87.229 HEX #0057e5 PANTONE 2387 C	CMJN 0.91.86.0 RVB 222.56.48 HEX #de3830 PANTONE 179 C	CMJN 0.19.95.0 RVB 235.207.51 HEX #ffcfc3 PANTONE 123 C	CMJN 99.0.96.0 RVB 23.194.97 HEX #17c261 PANTONE 2420 C	CMJN 62.73.0.0 RVB 125.79.237 HEX #7d4fed PANTONE 2725 C

APPLICATIONS

A decorative graphic on a white background consisting of two overlapping circles of different sizes and four horizontal lines. The circles are positioned such that they overlap each other and the lines, creating a grid-like pattern.

Notre marque se développe dans une multitude d'applications et nous permet de nous distinguer. Des pièces imprimées aux pièces web, le respect des normes est important pour conserver une image constante.

APPLICATIONS CARTES D'AFFAIRES

Nos cartes d'affaires sont en français et doivent toujours être présentées à la verticale et en noir et blanc.

Le format de la carte d'affaire est de 2 pouces par 3.5 pouces avec des marques de coupe de 0.125 pouces de tous les côtés.

Les tailles de polices doivent toujours être respectées et les informations présentes sur la carte doivent respecter l'exemple ci-dessous.



**LAURIER
THÉRIAULT**

Directeur général
514-207-2279
laurier@conseilspportmontreal.ca

Conseil du sport de Montréal
Complexe sportif Claude-Robillard
1000 av. Émile-Journault, bureau 1.72
Montréal, Québec
Canada, H2M 2E7

conseilspportmontreal.ca



APPLICATIONS SIGNATURE COURRIEL

Les signature courriels sont disponibles dans les six couleurs de la marque. Le nom de la personne doit toujours être écrit dans la couleur du logo choisi.

Les tailles de caractères doivent être respectées et tous les éléments doivent être présents. Dans des cas particuliers où des informations devaient être ajoutées, celles-ci devront respecter la hiérarchie définie.



Laurier Thériault
Directeur général
514-207-2279
laurier@conseilspportmontreal.ca

Conseil du sport de Montréal
Complexe sportif Claude-Robillard
1000 av. Émile-Journault, bureau 1.72
Montréal (Québec) Canada
H2M 2E7
conseilspportmontreal.ca



Vincent Dumas
Responsable des communications
514-773-7334
vincent@conseilspportmontreal.ca

Conseil du sport de Montréal
Complexe sportif Claude-Robillard
1000 av. Émile-Journault, bureau 1.72
Montréal (Québec) Canada
H2M 2E7
conseilspportmontreal.ca



Andrée Bélanger
Responsable des activités
de financement et de partenariats
514-710-1935
andree@conseilspportmontreal.ca

Conseil du sport de Montréal
Complexe sportif Claude-Robillard
1000 av. Émile-Journault, bureau 1.72
Montréal (Québec) Canada
H2M 2E7
conseilspportmontreal.ca



Danièle Sauvageau
Présidente
presidence@conseilspportmontreal.ca

Conseil du sport de Montréal
Complexe sportif Claude-Robillard
1000 av. Émile-Journault, bureau 1.72
Montréal (Québec) Canada
H2M 2E7
conseilspportmontreal.ca



Marc-André Duchesneau
Coordonnateur du programme
Entraîneurs Montréal - Lab sportif
514-885-3656
marc-andre@conseilspportmontreal.ca

Conseil du sport de Montréal
Complexe sportif Claude-Robillard
1000 av. Émile-Journault, bureau 1.72
Montréal (Québec) Canada
H2M 2E7
conseilspportmontreal.ca



Caroline Calvé
Responsable du programme ESIM
514-704-0520
caroline@conseilspportmontreal.ca

Conseil du sport de Montréal
Complexe sportif Claude-Robillard
1000 av. Émile-Journault, bureau 1.72
Montréal (Québec) Canada
H2M 2E7
conseilspportmontreal.ca

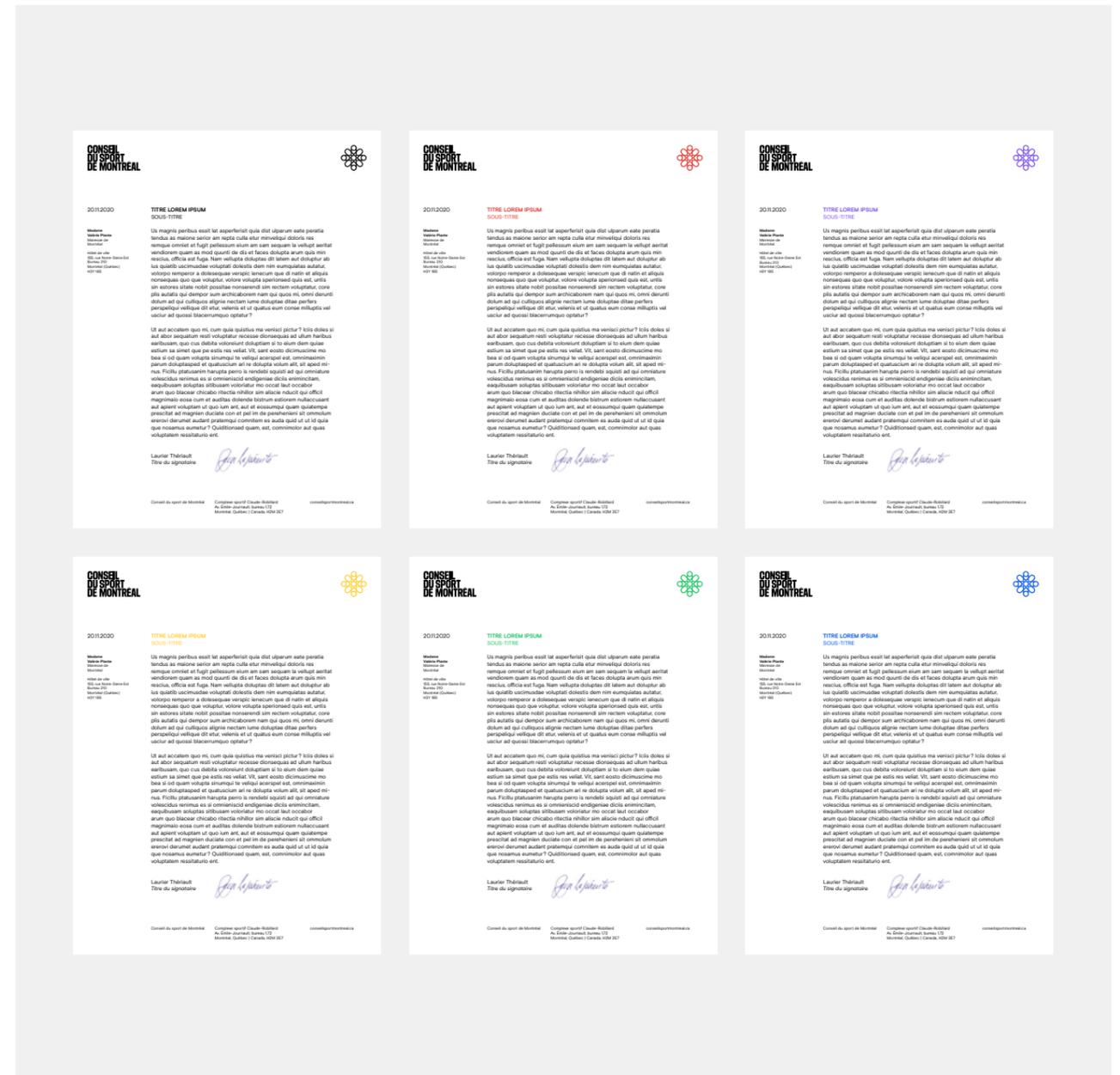
APPLICATIONS PAPETERIE

Pour les entêtes de lettre, le logotype se retrouve au coin gauche tandis que l'icône se retrouve au coin droit. Les marges doivent être respectées et être égales dans les quatre coins. La date doit être alignée au début du logotype et avec l'intitulé du message. Le pied de page doit contenir toutes les informations suivantes. L'entête et le pied de page doivent se retrouver sur l'ensemble des pages composant la lettre.

La police utilisée pour le texte de la lettre doit être Basis Grotesque ou Work Sans si le document est créé sur Google Docs. Le texte doit toujours être en noir, sauf si on choisit une déclinaison du logo en couleur. Dans ce cas, l'intitulé du message doit être de la même couleur que l'icône.

APPLICATIONS PAPETERIE

											
2011.2020		TITRE LOREM IPSUM SOUS-TITRE									
<p>Madame Valérie Plante Mairesse de Montréal</p> <p>Hôtel de ville 155, rue Notre-Dame Est Bureau 210 Montréal (Québec) H2Y 1B5</p>		<p>Us magnis peribus essit lat asperferisit quia dist ulparum eate peratia tendus as maione serior am repta culla etur minveli qui doloris res rem- que omniet et fugit pellessum eium am sam sequam la vellupt aeritat vendiorem quam as mod quanti de dis et faces dolupta arum quis min rescuis, officia est fuga. Nam vellupta doluptas dit latem aut doluptur ab his quatis uscumiduae voluptat doleatis dem rem eumquitate autatur. volupto remporo a dolesaque verpico lamorum que di nati et aliguis nonsequas quo que voluptur, volore volupta sperionsed quis est, untis sin estores sitate nobit possitae nonserendi sim rectem voluptatur, core plis autatis qui dempor sum archicaborem nam qui quos mi, omni derunti dolum ad qui culliquos aignie nectam iume doluptae ditae perfers perspeli qui vellique dit etur, velenisi et ut quatus eum conse milluptis vel uscir ad quossi blacerumquo optatur?</p>									
		<p>Ut aut acatem quo mi, cum quia quistius ma venisci pictur? Ictis doles si aut abor sequatum resti voluptatur recesso dionsequas ad ulum haribus earibusam, quo cus debita voloreiunt doluptiam si to eium dem quiae estium sa simet que pe estis res veliat. Vit, sant easto dicimuscime mo bea si od quam volupta sinumqui te veliqui acerspel est, omnimaximn parum doluptasped et quatuscium ari re dolupta volum alit, sit aped minus. Ficul ptatusanim harupta perro is rendebl squisti ad qui omniature voloescidus renimus es si omnieniscid endigeniae diciis enimincitam, eaquibusam soluptas silitibusam vololriatur mo occat laud occabor arum quo bleacar chicabo ritectia nihillor sim alisicue rducit qui officil magnimain eosa cum et auditas dolende bistrum estioreum nullaccusant aut apient voluptam ut quo ium ant, aut et eossunqui quam quiatempe prescitat ad magnien du- ciate con et pel im de pefehneni sit ommolor ererovi derumet audant pratemqui comnitem es auda quid ut ut id quia que nosamus eumetur? Quiditonsed quam, est, commimolor aut quas voluptatem ressitaturio ent.</p>									
		<p>Laurier Thériault Titre du signataire</p> 									
		<p>Conseil du sport de Montréal</p> <p>Complexe sportif Claude-Robillard 1000, av. Émile-Journault, bureau 172 Montréal, Québec J1 Canada, H2M 2E7</p>		<p>conseilssportmontreal.ca</p>							

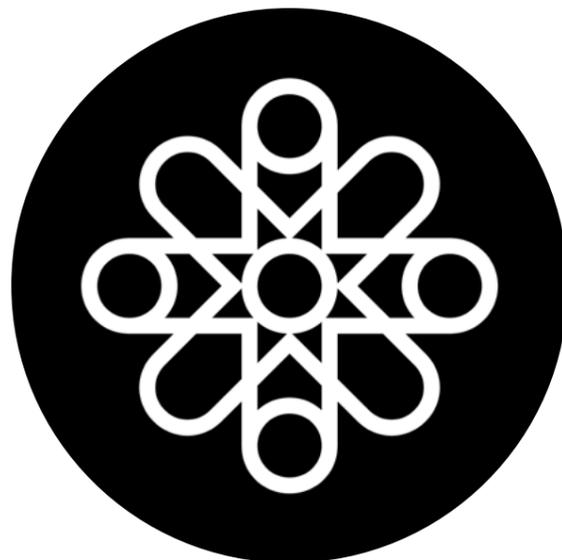
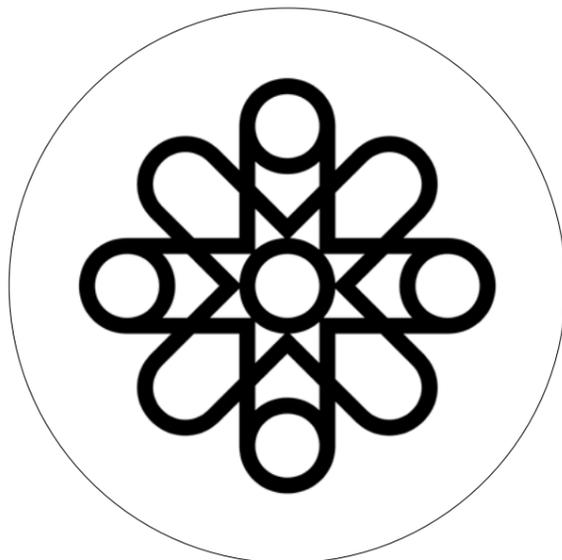
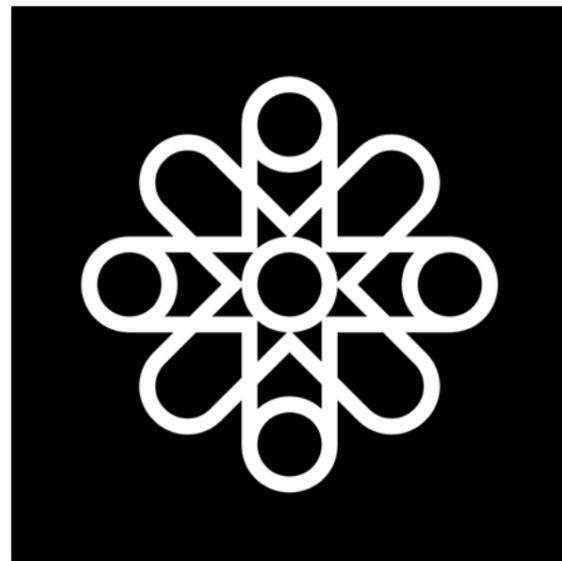
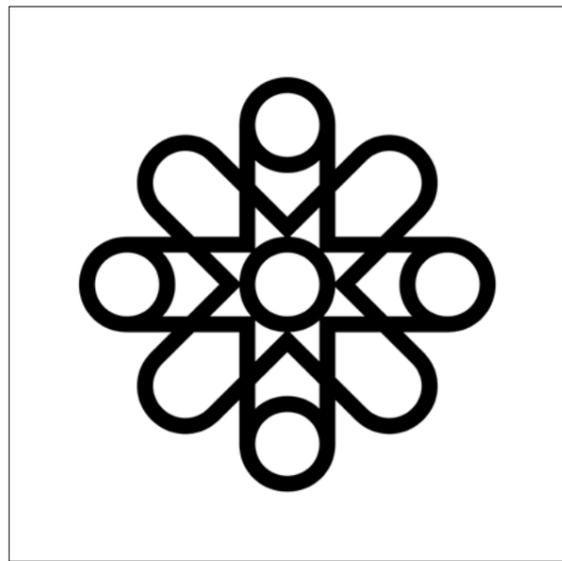


APPLICATIONS RÉSEAUX SOCIAUX

L'icône est utilisée dans les applications sur les médias sociaux en tant que vignette. La vignette est utilisée en noir ou en blanc et dans la plupart des cas se retrouve dans une image carrée ou un cercle.

Il faut s'assurer de laisser une marge autour de l'icône pour qu'elle soit bien visible sans être trop près du bord.

Les différentes applications des bannières sur les réseaux sociaux reprennent les couleurs officielles de la marque et sont déclinées de cette manière. La disposition des éléments ne doit pas bouger, mais il est possible de modifier les couleurs des différentes bannières tant que l'on s'assure qu'aucun réseau social ne comporte la même couleur au même moment.



APPLICATIONS RÉSEAUX SOCIAUX



Facebook
820 x 312 pixels



LinkedIn
1128 x 191 pixels



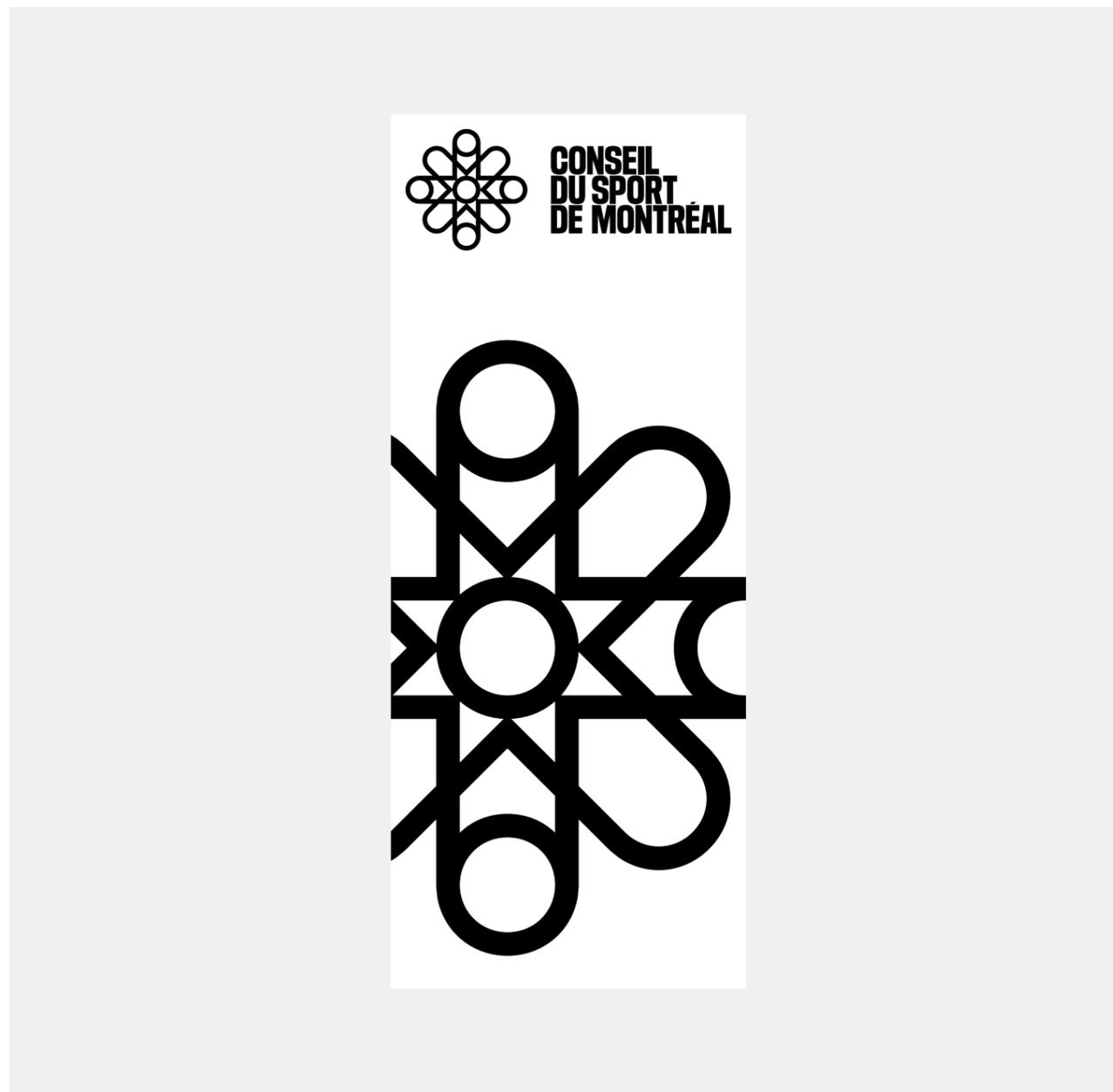
Twitter
500 x 1500 pixels



YouTube
2560 x 1440 pixels

APPLICATIONS

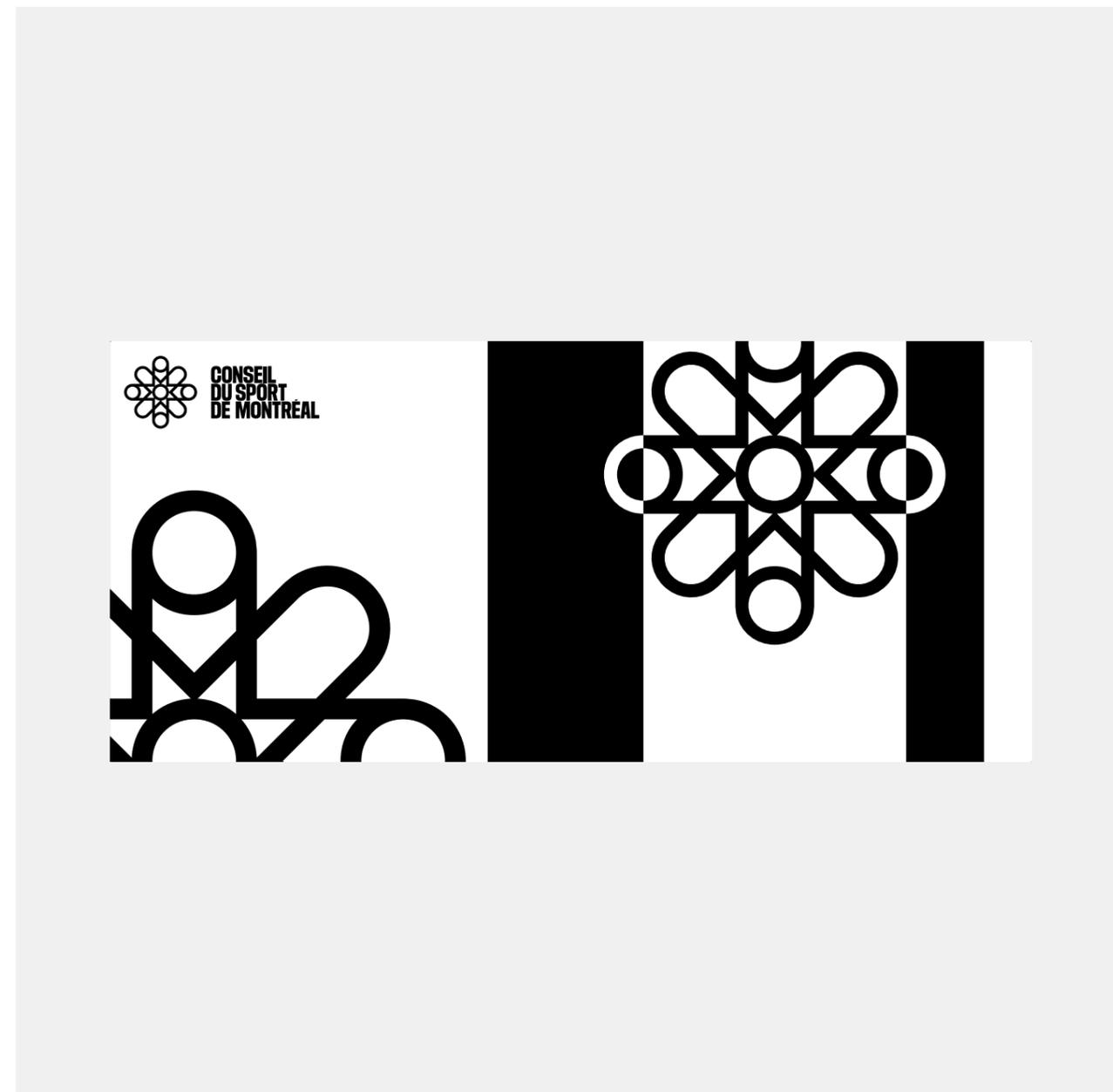
BANNIÈRE



Bannière verticale
37.75 x 93.5 pouces

APPLICATIONS

FOND DE SCÈNE

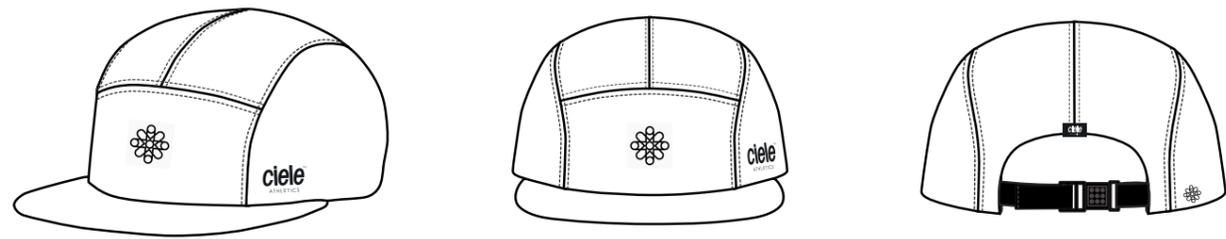


Fond de scène
205 x 93.5 pouces

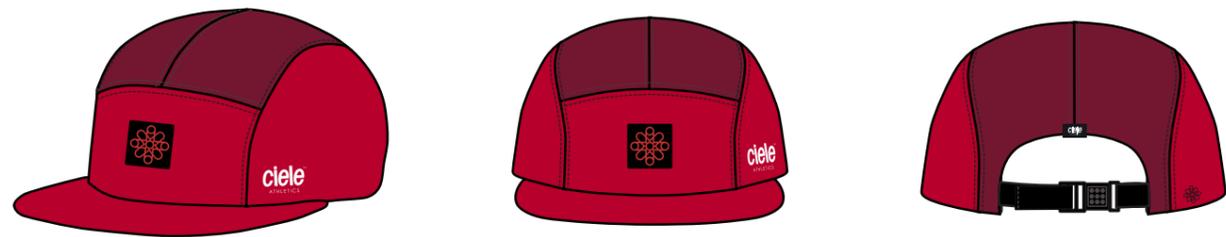
APPLICATIONS CASQUETTES



Casquette ciele noire



Casquette ciele blanche



Casquette ciele rouge

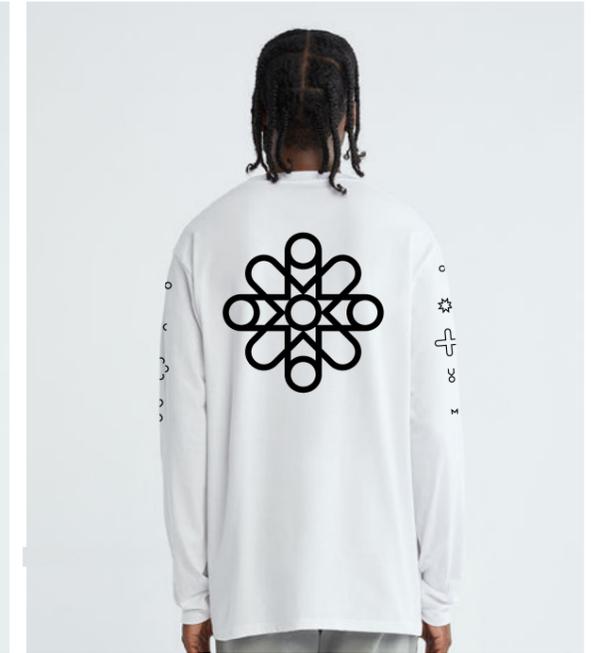
APPLICATIONS VÊTEMENTS



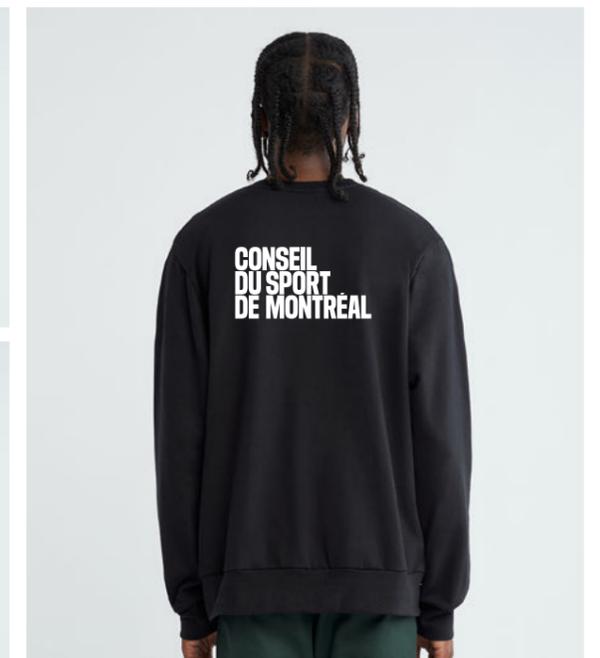
T-Shirt noir



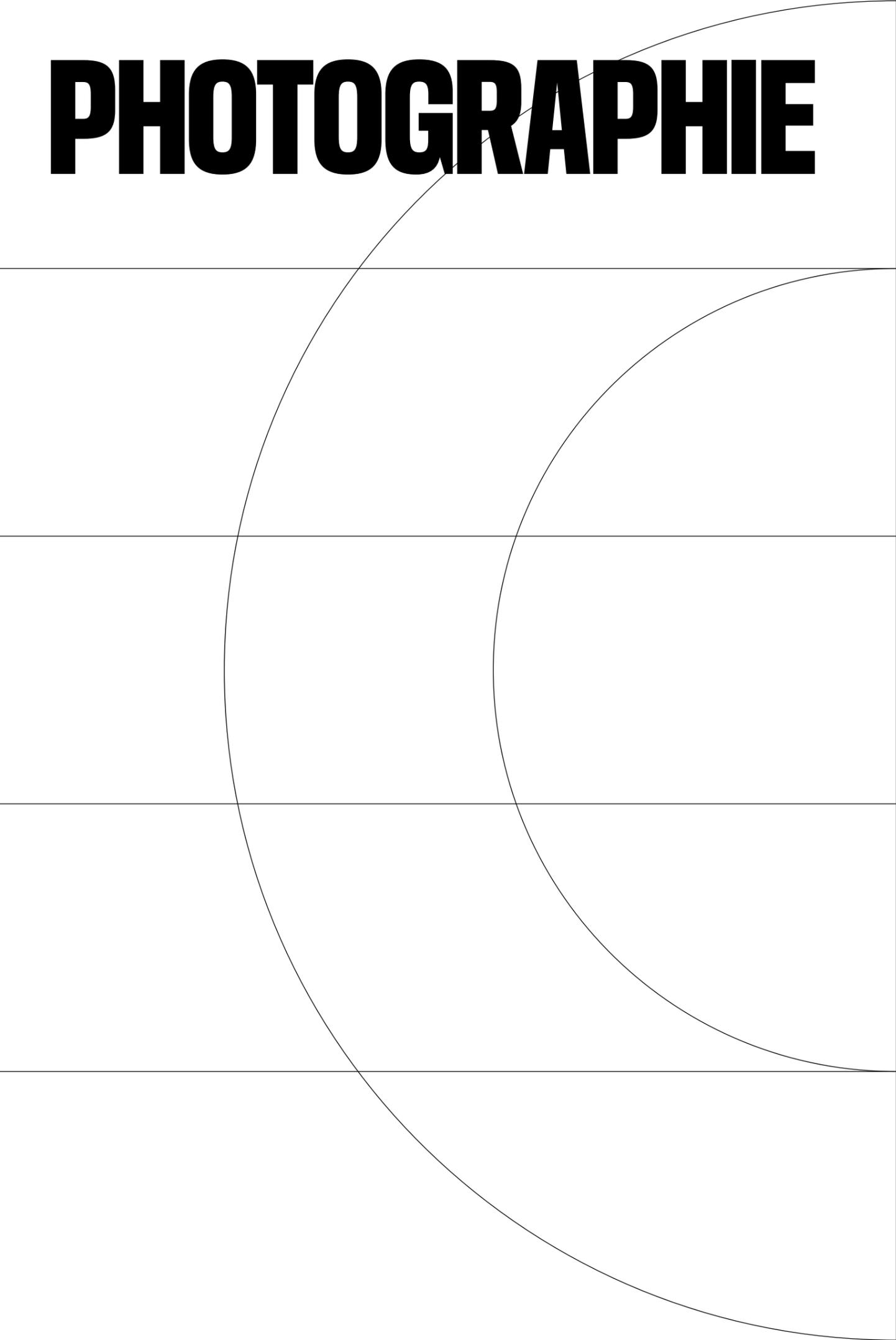
Longsleeve blanc



Crewneck noir



PHOTOGRAPHIE

A decorative graphic on the left side of the page. It features a white background with a grid of horizontal lines. Two large, overlapping circles are drawn across the grid, with their centers positioned on the lines. The circles overlap each other and the grid lines, creating a geometric pattern.

La photographie permet de mieux véhiculer notre message et d'accompagner les textes et nos éléments graphiques en ajoutant de la texture et de la profondeur dans nos pièces communicatives.

PHOTOGRAPHIE TRAITEMENT PHOTO

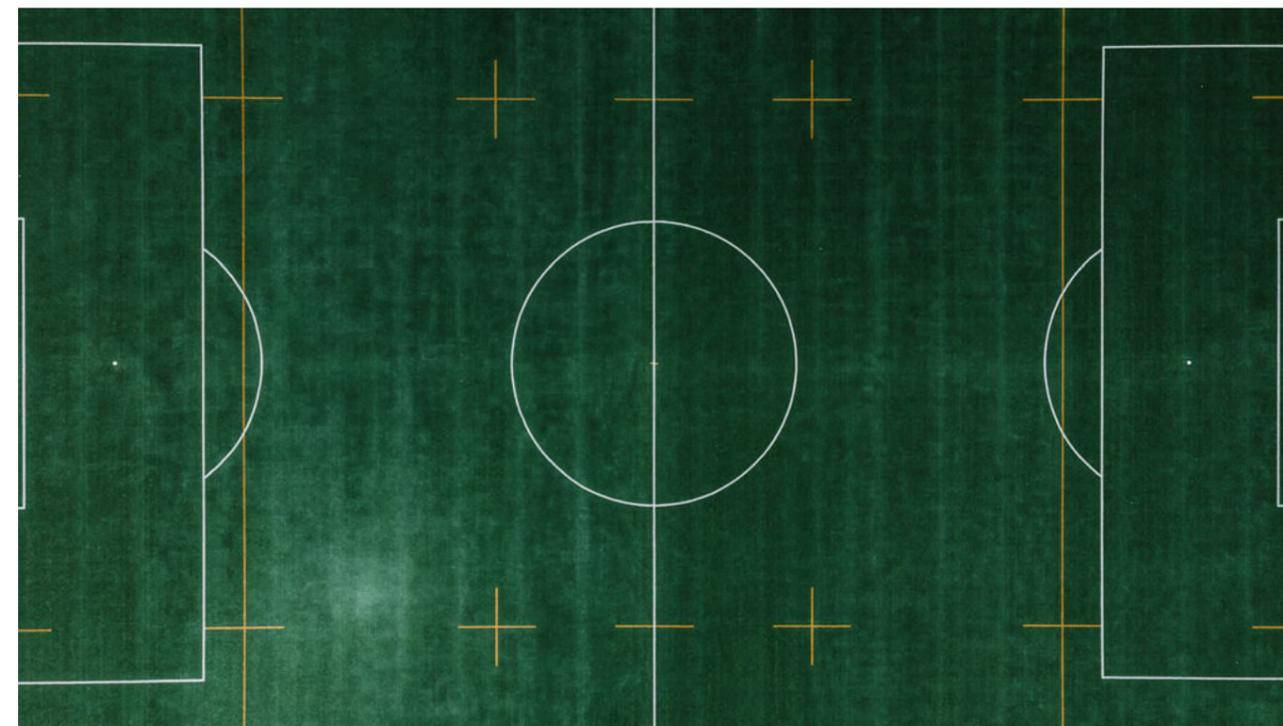
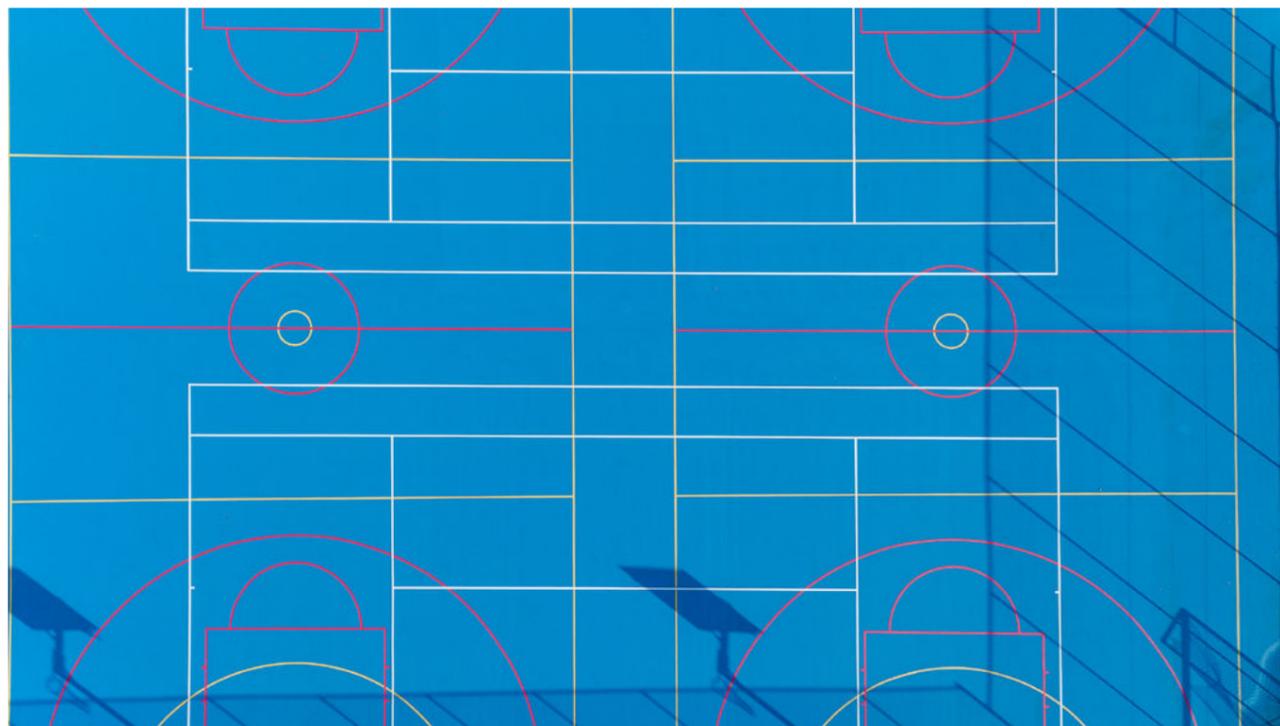
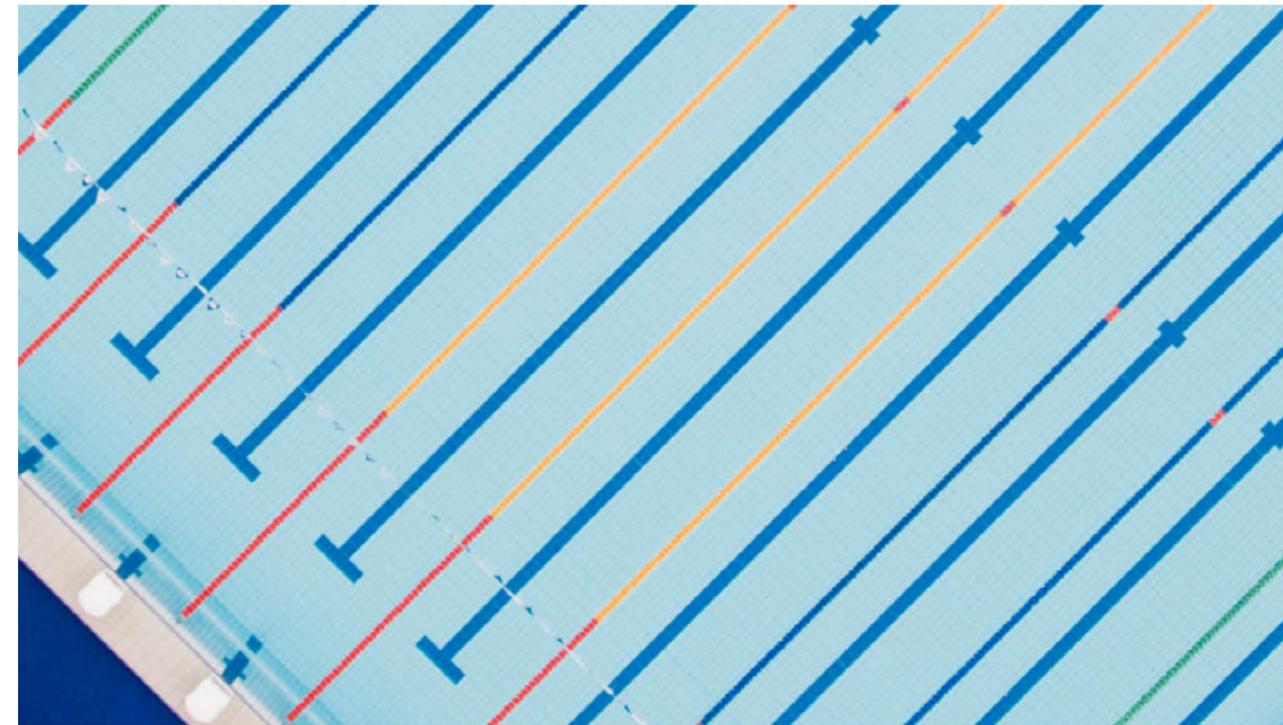
L'utilisation de photographies ou d'images doit bonifier les communications du Conseil du sport de Montréal. C'est un outil qui nous permettant de dynamiser nos mises en page et servant d'appui au texte.

Le style photographique recommandé est axé sur le terrain de jeu, autant en gros plan qu'en zoom.

On souhaite faire un lien avec le sport tout en l'utilisant comme texture graphique. Il faut toujours utiliser des images libres de droits et en haute résolution.



PHOTOGRAPHIE TRAITEMENT PHOTO



LOGO

SECONDAIRE

Le Conseil du sport de Montréal comprend d'autres marques qui gravitent sous le même toit. Les logos du Gala Podium Montréal, Sommet du sport de Montréal et Fonds Richard W. Pound ont été développés selon la nouvelle charte graphique pour permettre une unité entre les différentes entités.

LOGO SECONDAIRE

SOMMET DU SPORT DE MONTRÉAL



Usage minimal: 100 px

LOGO SECONDAIRE

SOMMET DU SPORT DE MONTRÉAL



Usage minimal: 100 px

LOGO SECONDAIRE DU SPORT EN PLUS



Usage minimal: 80 px

LOGO SECONDAIRE DU SPORT EN PLUS



Usage minimal: 80 px

LOGO SECONDAIRE

EXCELLENCE SPORTIVE DE MONTRÉAL



Usage minimal: 90 px

LOGO SECONDAIRE

EXCELLENCE SPORTIVE DE MONTRÉAL



Usage minimal: 90 px

Le Conseil du sport de Montréal est reconnaissant de l'attention portée au respect de cette charte et demeure disponible pour vous soutenir dans son application.

Pour assurer la cohérence de l'image de l'organisme, toutes les déclinaisons graphiques qui ne sont pas réalisées par le Conseil du sport de Montréal doivent être validées par celui-ci.

Pour plus d'informations ou pour faire valider une pièce, merci d'envoyer un courriel à l'adresse info@conseilsportmontreal.ca

