



Protocole de visibilité

Service des grands parcs, du Mont-Royal et des sports

Programme de soutien aux activités sportives et de loisirs nautiques

Ce protocole de visibilité précise les principes et les modalités de communication qui guideront l'organisme subventionné par la Ville de Montréal dans le cadre du Programme de soutien aux activités sportives et de loisirs nautiques.

D'entrée de jeu, l'organisme ou l'arrondissement subventionné s'engage à respecter l'identité visuelle (logo) de la Ville de Montréal et ses normes d'utilisation en vigueur (référence cahier de normes), ainsi que les lois et la réglementation applicables au Québec, notamment la Charte de la langue française (L.R.Q., c. C-11).

1. OBLIGATIONS DE L'ORGANISME OU DE L'ARRONDISSEMENT SUBVENTIONNÉ

Votre événement a reçu ou recevra une subvention de la Ville de Montréal dans le cadre du *Programme de soutien aux activités sportives et de loisirs nautiques* coordonné par l'organisme Sport et Loisir de l'île de Montréal. En échange de celle-ci, l'organisme doit accorder une visibilité à la Ville de Montréal.

Dans le cas où l'utilisation du logo n'est pas possible, l'organisme fait état de la contribution de la Ville de Montréal dans ses communications ou promotions relatives à l'événement en intégrant les mentions qui indiquées pour chacune des parties soit "*Un programme de la Ville de Montréal*" ainsi que celle de notre partenaire SLIM "*Propulsé par Sports et loisirs de l'île de Montréal*".

L'organisme s'assurera de respecter les délais et processus d'approbation indiqués dans la présente entente.

2. LOGO DE LA VILLE DE MONTRÉAL

2.1 Outils de communications

Apposer le logo de la Ville de Montréal sur les outils de communication imprimés et électroniques produits, notamment (si applicable) les affiches, les dépliants, le site Internet, les infolettres et les communiqués.

2.2 Panneaux de remerciements

Ajouter le logo de la Ville de Montréal, s'il y a lieu, sur le panneau de remerciements des partenaires lors des activités médiatiques et promotionnelles.

2.3 Activités de presse

Si applicable, positionner stratégiquement le logo de la Ville de Montréal lors des activités de presse.

2.4 Publicités

Placer, lorsque possible, le logo de la Ville de Montréal sur les publicités imprimées et visuelles (télévision, Internet, médias écrits, etc.) et faire approuver à l'avance les publicités avant toute impression ou diffusion.

3. MESSAGES OFFICIELS DE LA MAIRIE

Offrir à la Ville de Montréal, le cas échéant, un espace approprié dans le programme souvenir de l'événement pour un message de la mairesse de Montréal ou de l'élu(e) responsable des sports et loisirs au comité exécutif. À cette fin, une demande doit être adressée au responsable du Programme au moins 20 jours ouvrables avant la date de tombée de la production du document, en y spécifiant si une version anglaise est nécessaire et si une photo de la mairesse ou de son.sa représentant(e) est requise.

4. RELATIONS DE PRESSE

Offrir à la Ville de Montréal la possibilité d'insérer une citation, de la mairesse ou de l'élu(e) responsable des sports et loisirs au comité exécutif, dans le communiqué officiel de l'événement.

Le communiqué officiel doit aussi mentionner le soutien à l'événement offert par la Ville de Montréal.

5. MENTION DU SOUTIEN DE LA VILLE DE MONTRÉAL

Lors d'activités publiques (conférence de presse, cérémonie d'ouverture ou de clôture de l'événement, etc.), mentionner que l'événement est soutenu financièrement par la Ville de Montréal et la remercier à cet effet.

Mentionner et identifier la Ville de Montréal, le cas échéant, comme partenaire dans la réalisation de l'événement.

Pour tous les textes soulignant la contribution de la Ville de Montréal, l'organisme doit les soumettre au responsable du Programme pour approbation au moins 20 jours ouvrables avant leur impression ou diffusion.

6. PROMOTION DE LA VILLE DE MONTRÉAL DURANT L'ÉVÉNEMENT

Durant la tenue de l'événement, offrir à la Ville de Montréal la possibilité de s'afficher avec des bannières autoportantes ou tout autre moyen à sa convenance.

7. PRÉSENCE DE LA VILLE DE MONTRÉAL AUX ACTIVITÉS PUBLIQUES

Si applicable, inviter la mairesse de Montréal ou l'élu(e) responsable des sports au comité exécutif à participer aux activités publiques (conférence de presse, lancement, cérémonie d'ouverture ou de clôture, cérémonie de remise de médailles, etc.), et ce, au minimum 20 jours ouvrables avant l'activité.

L'invitation doit être transmise directement au cabinet du maire et du comité exécutif par l'organisme responsable de l'événement. Avec l'invitation, l'organisme doit joindre le scénario de déroulement de l'activité publique. Le scénario doit prévoir une possibilité d'allocution du maire ou de l'élu(e) responsable des sports et loisirs au comité exécutif.

8. PUBLICITÉ ET PROMOTION

S'il y a lieu, remettre des photographies et/ou des vidéos officielles au responsable du Programme, libres de droits, qui pourront être utilisées pour la promotion de Montréal, sur son portail Internet ou tout autre support média.

Sur le portail Internet de l'événement, ajouter un hyperlien vers le portail Internet de la Ville de Montréal.

Avant leur impression et leur diffusion, faire approuver les outils publicitaires et promotionnels dans un délai de 10 jours ouvrables.

9. NORMES D'ÉCRITURE DE LA VILLE DE MONTRÉAL

Les outils de communication doivent obligatoirement être en français.

Désigner « Ville de Montréal » en français lorsque l'expression réfère à l'administration municipale (la personne morale), même dans des documents produits en d'autres langues.

Ne pas utiliser le nom ou la signature de la Ville, sans avoir préalablement obtenu le consentement du responsable du Programme.

10. BILAN DE LA VISIBILITÉ ACCORDÉE À LA VILLE DE MONTRÉAL

Une fois l'événement terminé, l'organisme doit remettre au responsable du Programme un bilan de la visibilité et de la promotion accordée à la Ville de Montréal, dont un exemplaire original des outils de communication et de publicité dans lesquels une visibilité lui a été accordée.

Pour toute question au sujet du protocole de visibilité ou pour faire approuver les outils de communication mentionnés, veuillez vous adresser au Service des communications de la Ville de Montréal : visibilite@montreal.ca

Vous pouvez également vous adresser au responsable du Programme au Service de la diversité sociale et des sports afin de vous assurer de répondre aux exigences du protocole: nautisme@sportloisirmontreal.ca

À noter : les organismes subventionnés doivent communiquer avec le cabinet de la mairesse pour une invitation ou encore pour une citation dans un communiqué. L'adresse courriel pour rejoindre le cabinet est la suivante : mairesse@montreal.ca. Il est important de préciser que le projet est subventionné par la Ville de Montréal lorsque vous communiquez avec le cabinet.

Cahier de normes graphiques

Les imprimés

Publications, dépliants, affiches et brochures

25 février 2004

Montréal 

Les sections ci-contre traitent des normes d'utilisation de la signature institutionnelle dans les imprimés : publications, dépliants, affiches et brochures.

Section 1

Présentation générale
Les couleurs officielles
Le caractère typographique d'accompagnement

Section 2

L'identité visuelle des arrondissements

Section 3

La désignation des services corporatifs

Section 4

Les dimensions de la signature institutionnelle

Section 5

L'espace vital

Section 6

Le positionnement de la signature institutionnelle

Section 7

L'utilisation de la signature institutionnelle conjointement avec celles d'autres entités administratives

Section 8

L'utilisation de la signature institutionnelle conjointement avec les sigles d'organismes publics

Section 9

La désignation des programmes et des événements de la Ville dans les imprimés

Section 10

La désignation des unités administratives qui nécessitent une mise en marché

Section 11

L'achève d'imprimer

Section 1

Présentation générale

Montréal

Le système d'identité visuelle contient deux éléments :

- le logotype de l'ancienne Ville de Montréal ou la rosace
- le caractère typographique ou le mot *Montréal*

Ces deux éléments sont indissociables et doivent donc être utilisés tels quels.

Le logotype

La rosace se place à la droite de *Montréal*.

Le caractère typographique du mot Montréal

Le caractère *Rotis SemiSans extra bold 75* a été choisi pour sa grande lisibilité alliant élégance et modernité. Il a été légèrement modifié pour composer le mot *Montréal*. Il est donc important de toujours utiliser les originaux fournis par la Ville.

La signature institutionnelle ne doit jamais être modifiée.

Section 1 (suite)

Les couleurs officielles

Le logotype doit être utilisé en rouge (Pantone 032) et la mention *Montréal* en noir tout comme le nom de l'arrondissement.

Il est également possible d'utiliser la signature institutionnelle tout en noir.

Une version en blanc (en renversé) a été conçue lorsque la signature doit apparaître dans une couleur non appropriée, sur une photo, une illustration ou un fond déjà chargé.

La version inversée de la signature institutionnelle ne doit cependant pas être utilisée sur un fond n'offrant pas un contraste visuel suffisant.

Pour une impression monochrome (une couleur), il est préférable d'utiliser une version inversée de la signature dans le fond monochrome créé à partir d'un bloc ou prévu dans le concept visuel.

Les couleurs officielles

Pantone

Montréal : noir

Logotype : rouge Pantone 032



NOIR



PMS 032

Quadrichomie

Montréal : Noir 100 %

Logotype : Magenta 91 %

Jaune 87 %

RVB

Montréal : R : 0

V : 0

B : 0

Logotype : Rouge 224

Montréal 

Villeray
Saint-Michel
Parc-Extension

Montréal 

Montréal 

Montréal 

 Verdun
Montréal 

Section 1 (suite)

Le caractère typographique
d'accompagnement

La famille typographique
d'accompagnement utilisée
pour les noms des arrondisse-
ments est le *Rotis SansSerif 55*.
Les versions *italique* et *extra
bold* font partie de la famille
typographique et peuvent servir
à d'autres applications.

Rotis SansSerif 55

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Rotis SansSerif 55 italique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Rotis SansSerif extra bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Section 2

L'identité visuelle des arrondissements

L'identité visuelle des arrondissements se compose de la signature institutionnelle à laquelle s'ajoutent, dans certains cas, un ou des éléments visuels distinctifs (logo ou armoiries).

Tous les arrondissements doivent se donner une signature distinctive selon un des modèles suivants :

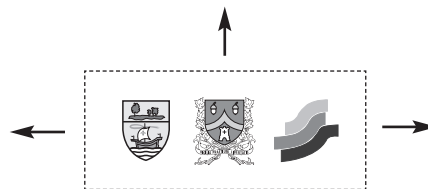
- avec la signature institutionnelle en utilisant, pour leur dénomination, le *Rotis SansSerif 55*;

- avec la signature institutionnelle en utilisant, pour leur dénomination, le *Rotis SansSerif 55* et leur propre logo. La taille du logo ne doit jamais dépasser celle de la rosace;

- avec la signature institutionnelle en utilisant, pour leur dénomination le *Rotis SansSerif 55* et tous les éléments qui composent leur identité visuelle.

Ahuntsic-Cartierville
Montréal 

 Saint-Léonard
Montréal 



L'Île-Bizard
Sainte-Geneviève
Sainte-Anne-de-Bellevue
Montréal 

L'exemple ci-dessus illustre une application possible. Les éléments ajoutés composent un bloc indissociable, mais peuvent être détachés du bloc de la signature institutionnelle.

Section 3

La désignation des services corporatifs

Tous les imprimés publiés par les services corporatifs de la Ville doivent porter la signature institutionnelle selon les normes indiquées dans le présent manuel.

Montréal 

Seuls le logotype et le mot Montréal doivent apparaître sur les imprimés, sans mention des noms de directions ou de services.

Section 4

Les dimensions de la signature institutionnelle

Les modèles proposés sont les dimensions minimales recommandées.

Petit format

(Signet, carton d'invitation, carte postale, etc.)

Le spécimen suivant de la signature doit être utilisé pour tout imprimé de petit format.



Format moyen

(Dépliant, brochure, etc.)

Le spécimen suivant de la signature doit être utilisé pour tout imprimé de format 9" sur 12" et moins. Il ne peut être agrandi, réduit ni modifié d'aucune façon.



Grand format

(Affichette)

Le spécimen suivant de la signature doit être utilisé pour tout imprimé d'une grandeur supérieure à 9" sur 12".



Très grand format

(Affiche)

Le spécimen suivant de la signature doit être utilisé pour tout imprimé d'une grandeur supérieure à 17" sur 22".

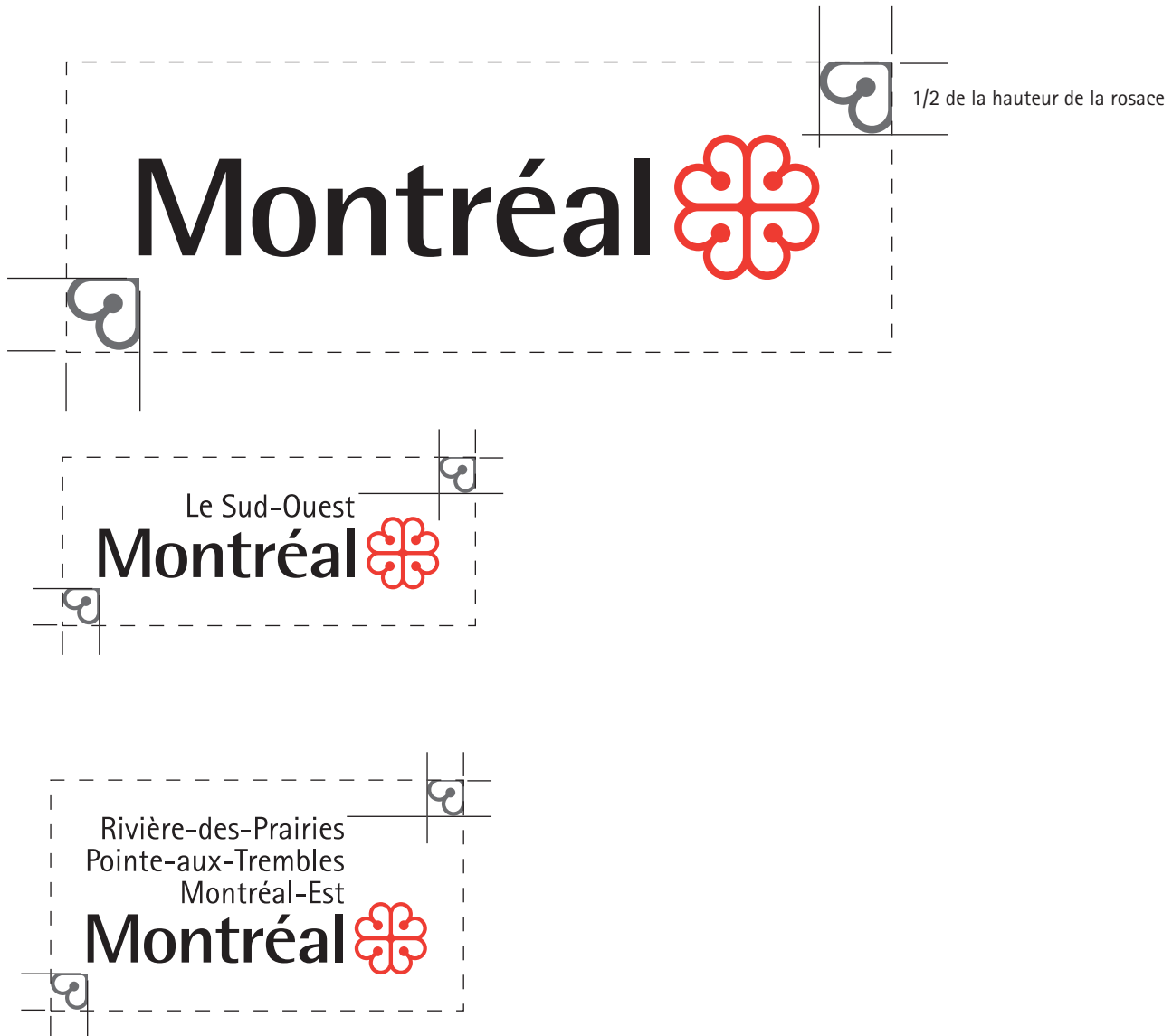


Section 5

L'espace vital

Un espace vital doit être prévu autour de la signature institutionnelle. Par espace vital, on entend la surface minimale requise autour de la signature pour qu'en tout temps, celle-ci puisse clairement se distinguer des éléments avoisinants.

L'espace vital de la signature s'établit à partir de la grille de mesure illustrée ci-dessous. Cet espace doit toujours être libre de tout élément graphique.



Section 6

Le positionnement de la signature institutionnelle

La signature

Elle doit toujours être centrée au bas de l'imprimé et apparaître au recto.

Montréal 

recto

Section 6 (suite)

Le positionnement de la signature institutionnelle des arrondissements

Tous les imprimés publiés par les arrondissements doivent porter la signature institutionnelle de l'arrondissement selon les normes décrites dans le présent manuel.

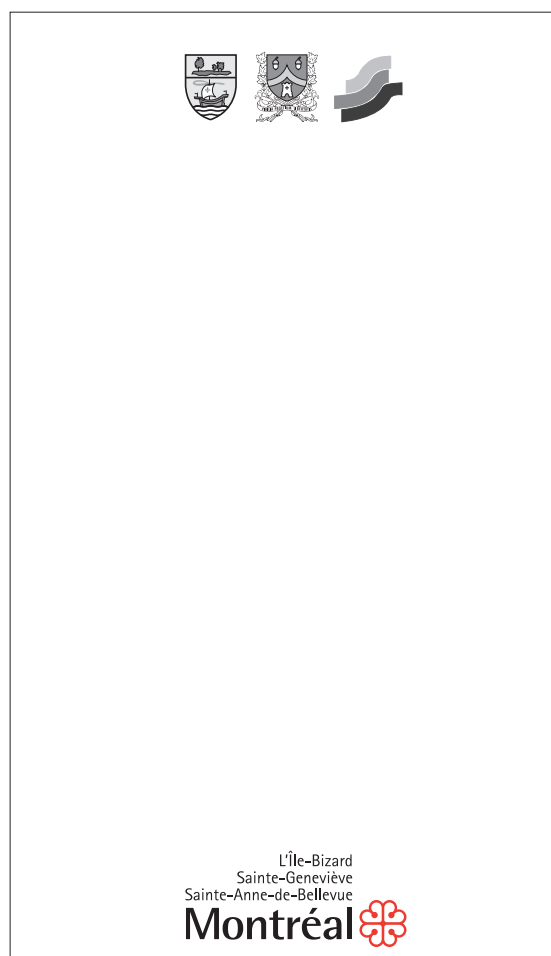
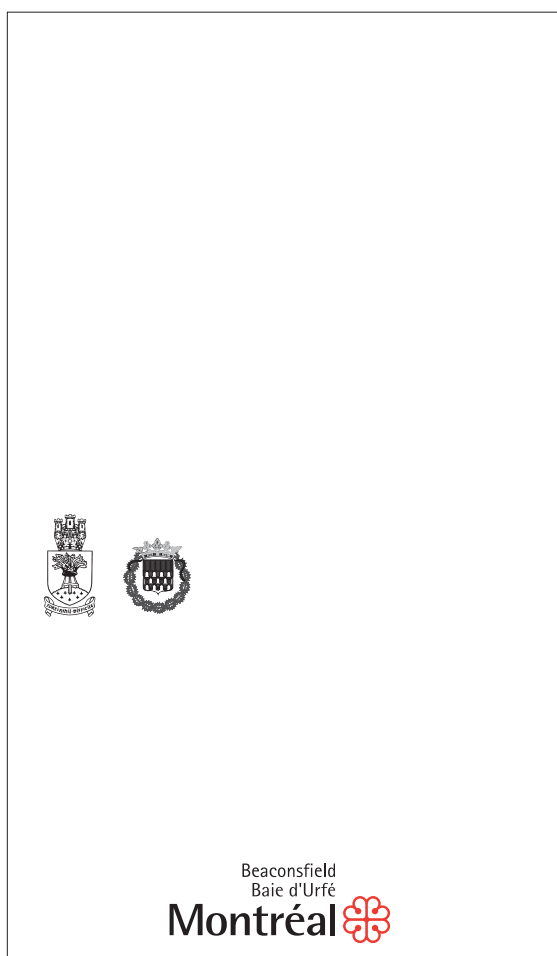
La signature doit toujours être centrée au bas de l'imprimé et apparaître au recto.



Section 6 (suite)

Le positionnement de la signature institutionnelle des arrondissements

Dans le cas où un arrondissement utilise des éléments visuels détachés du logotype, ceux-ci peuvent être placés près de la signature institutionnelle ou ailleurs dans la page.



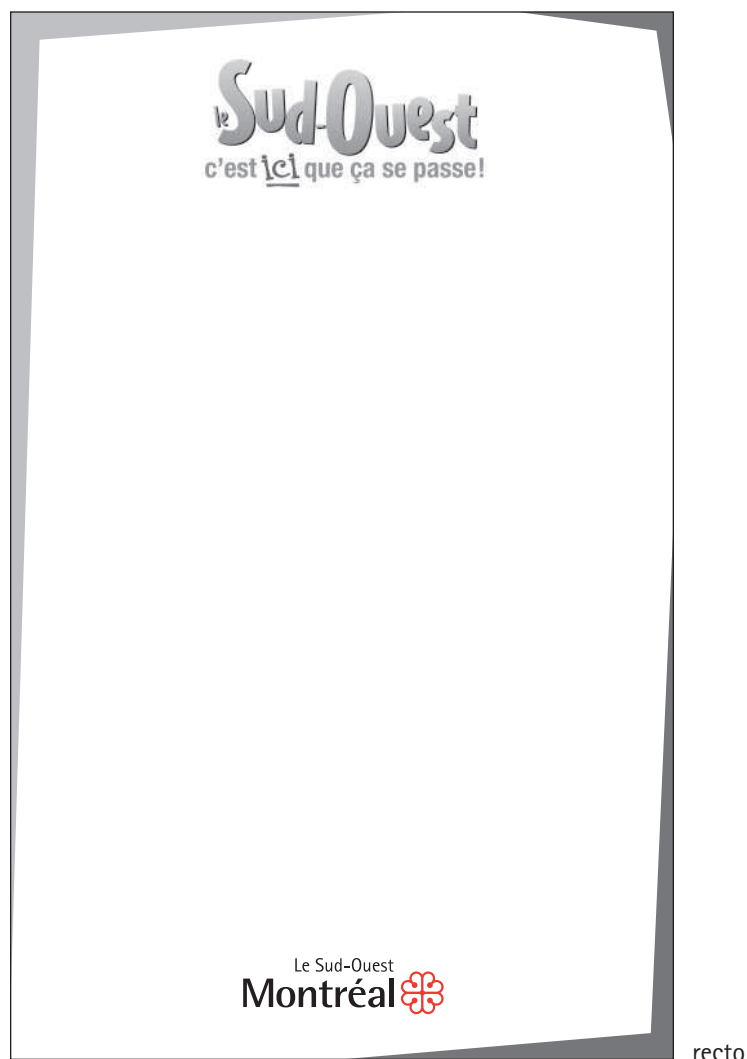
Section 6 (suite)

Le positionnement de la signature institutionnelle des arrondissements

Signature promotionnelle

Dans le cas où un arrondissement veut utiliser une signature promotionnelle, en plus de son identité visuelle, il peut le faire, par exemple, des façons suivantes en respectant l'espace vital.

L'identité visuelle de l'arrondissement doit toujours être centrée au bas de la page.



Section 6 (suite)

Le positionnement de l'adresse Internet

Internet

L'adresse Internet est apposée au verso et indiquée sans le « www », de la façon suivante, toujours en minuscules : ville.montreal.qc.ca en *Rotis SansSerif extra bold* 12 points. Il est possible de compléter l'adresse pour se rendre directement sur le site souhaité.

Selon les outils de communications utilisés, la taille de la typo de l'adresse Internet peut varier. Placée sur une pochette, un document publicitaire, une brochure, un dépliant, etc., elle doit être de 12 points.

Si le verso ne peut être utilisé, il faut indiquer l'adresse Internet ailleurs dans la publication, bien en vue, soit sur la couverture ou à l'intérieur.



Section 7

L'utilisation de la signature institutionnelle conjointement avec celles d'autres entités administratives

Dans le cas où plusieurs entités administratives collaborent à la réalisation d'un document, elles peuvent apposer leur identité visuelle respective.

Si plus de trois arrondissements participent à la réalisation du document, il est recommandé d'apposer le logotype de la Ville seulement.

Il est également possible d'ajouter un bloc mentionnant les noms des arrondissements.

Montréal-Nord
Montréal 

 Saint-Léonard
Montréal 

Montréal 

Le Sud-Ouest
Montréal 

Ville-Marie
Montréal 

Montréal 

 Verdun
Montréal 

Montréal 

Réalisation :
Ahuntsic-Cartierville
Anjou
Rosemont—La Petite-Patrie
Villeray—Saint-Michel—Parc-Extension

Section 8

L'utilisation de la signature institutionnelle conjointement avec les sigles d'organismes publics

Lorsqu'un ou plusieurs organismes du secteur public agissent comme partenaires, il faut apposer les logos conformément aux exemples suivants, en respectant les proportions de la typographie.

Quand un événement est réalisé en collaboration avec des commanditaires, les logos sont disposés, selon le cas, en fonction des ententes négociées.

Montréal  Québec 

Canada  Montréal  Québec 

Ville-Marie
Montréal  Montréal  Québec 

Canada  Ville-Marie
Montréal  Montréal  Québec 

Section 9

La désignation des programmes et des événements de la Ville

Les programmes et les événements de la Ville de Montréal (Fête des enfants, Jeux de Montréal, Commerce Design Montréal, Tandem Montréal, par exemple) doivent s'identifier selon les normes énoncées dans le présent cahier. Il y a possibilité d'ajouter le nom ou le sigle du programme ou de l'activité selon les normes suivantes :

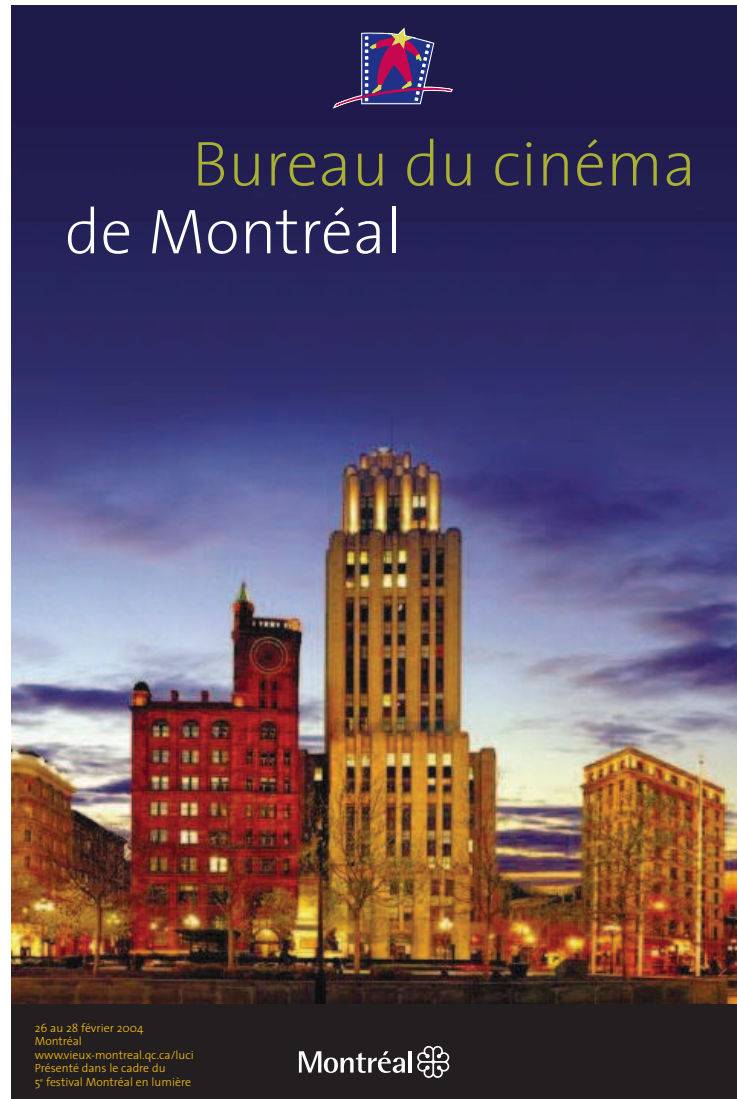
- avec la signature institutionnelle dans la partie inférieure,
- avec le sigle du programme ou de l'activité n'importe où ailleurs dans la partie supérieure.



Exemple d'affiche

Section 10

La désignation des unités administratives qui nécessitent une mise en marché



Exemple d'affiche

Section 11

L'achevé d'imprimer

L'achevé d'imprimer permet de retracer l'origine d'un document. Il précise l'entité administrative responsable du graphisme (ou le fournisseur externe) ainsi que l'année. Il peut également préciser le service ou l'arrondissement responsable du projet.

Dans un imprimé, l'achevé d'imprimer doit toujours apparaître à la verticale au verso de l'imprimé, dans le coin inférieur droit, aligné avec l'adresse électronique.

Seule la mention *Ville de Montréal* est composée en *Rotis SansSerif extra bold*, 5 points, en majuscules et en minuscules.

Tout renseignement accompagnant la mention *Ville de Montréal* doit être composé en *Rotis Sans 55*, 5 points, en majuscules et en minuscules.

L'achevé d'imprimer peut apparaître au recto d'un imprimé lorsque ce dernier ne présente pas de verso. Les mêmes normes graphiques doivent alors être respectées.

Il n'est pas nécessaire de l'indiquer sur une annonce publicitaire.

Dans une brochure, l'achevé d'imprimer est remplacé par un bloc-générique (crédits).

