



Mouvement Entraînement responsable

Guide de la marque

Présentation

Le présent document explique comment utiliser le logo et la marque du mouvement Entraînement responsable (MER) dans les activités de marketing et de communications.

À propos du mouvement Entraînement responsable

Le MER soutient les organismes sportifs canadiens dans le maintien de la santé, de la sécurité et du bien-être de l'ensemble des participants, sur le terrain comme dans la vie. L'entraînement responsable favorise un milieu sportif sain et sécuritaire pour tous. Que ce soit les entraîneurs en interaction avec les participants, les bénévoles ou le personnel des clubs et organismes sportifs, chacun joue un rôle pour que le sport reste sûr, savant et sécuritaire.

Créé par l'Association canadienne des entraîneurs (ACE) et le Centre canadien pour l'éthique dans le sport, le MER invite tous les entraîneurs et organismes sportifs à apprendre les principes de sécurité et à les appliquer en tout temps. Le mouvement repose sur trois piliers distincts : la règle de deux, la formation sur l'éthique et la vérification des antécédents. Chaque pilier contribue à créer un milieu sportif sûr, savant et sécuritaire.

Ce document assure l'utilisation cohérente de l'image de marque du MER dans différents contextes et sur toutes les plateformes.

Table des matières

Présentation.....	2
Logo principal	3
Versions et formats du logo	4
Logos à champions du MER.....	5
Logos à usage restreint.....	6
Icônes des piliers du MER.....	7
Logos des partenaires	8
Palette de couleurs	9
Typographie	10
Photographie	11
Exemple d'utilisation.....	12

Logo principal



Usage

Voici le logo principal du MER. Sauf indication contraire, cette version en couleur doit être utilisée pour l'impression et le contenu numérique.

✓ Recommandations

Utiliser un des logos fournis

Utiliser un logo monochrome s'il y a lieu (noir ou blanc)

Espace libre et dimension minimale

Laisser suffisamment d'espace autour du logo pour faciliter la clarté et éviter l'encombrement

Hauteur minimale

pour l'impression : 1 po

Hauteur minimale en version

numérique : 100 px



L'espace libre minimal autour du logo est déterminé par la largeur des anneaux extérieurs autour du cercle blanc, à la dimension affichée.

✗ Interdictions

Étirer, déformer ou faire pivoter le logo

Placer le logo sur une image ou un motif qui nuiraient à la clarté

Ajouter de l'ombre ou un contour aux éléments ou au texte du logo

Modifier la police ou les couleurs du logo

Changer le positionnement des éléments

Ajouter, modifier ou enlever des éléments

Versions et formats du logo

Le logo du MER est disponible dans différentes langues. Les versions en français et en anglais s'utilisent dans des contextes unilingues. La version bilingue accompagne le contenu présenté en français et en anglais.



Anglais



Français



Bilingue

Ces différentes versions sont disponibles. Le logo en couleur est celui qui doit être principalement utilisé. Faites attention au contraste lorsque vous choisissez la couleur du logo. Le logo ne doit être utilisé que sur un arrière-plan uniforme et non sur des motifs ou des images.



Couleur (premier choix)



Noir



Blanc

Formats du logo

Fichiers vectoriels : .ai .eps .pdf .svg

Qualité supérieure, préférable pour l'impression.

Versions tramées : .jpg .png

Arrière-plan transparent en format .png qui convient à Word, PowerPoint et Canva.

Il est préférable d'envoyer des logos à des parties externes en format vectoriel, sauf indication contraire.

Toutes les versions du logo du MER sont disponibles en couleur, en noir ou en blanc et dans les formats jpg, png et vectoriel (ai, eps, pdf, svg).

Pour l'imprimer, utilisez le format vectoriel (on peut changer l'échelle sans perte de résolution). Pour un usage numérique, utilisez les formats jpg ou png. Pour utiliser un arrière-plan transparent, optez pour le format png.

Vous pouvez télécharger les logos à partir de [la trousse du MER](#).

Logos à champions du MER

Ces logos sont destinés à être utilisés par les organisations en tant que champions du MER, c'est-à-dire qu'ils ont pris l'engagement. **Veillez-vous assurer que vous avez pris l'engagement avant d'utiliser ces logos.**

Pour en savoir plus sur l'engagement, cliquez sur : coach.ca/fr/mouvement-entrainement-responsable/declaration-dengagement-au-mouvement-entrainement-responsable



Anglais



Français



Bilingue

Ces différentes versions sont disponibles :



Couleur (Écriture en gris)



Couleur (Écriture en blanc)

Espace libre et dimension minimale

Les mêmes règles concernant l'espace libre, la taille minimale et l'utilisation du logo s'appliquent aux logos à champions du MER qu'au logo du MER.

Formats du logo

Fichiers vectoriels : .ai .eps .pdf .svg

Qualité supérieure, préférable pour l'impression.

Versions tramées : .jpg .png

Arrière-plan transparent en format .png qui convient à Word, PowerPoint et Canva.

Il est préférable d'envoyer des logos à des parties externes en format vectoriel, sauf indication contraire.

Toutes les versions du logo du champions du MER sont disponibles dans les formats jpg, png et vectoriel (ai, eps, pdf, svg).

Pour l'imprimer, utilisez le format vectoriel (on peut changer l'échelle sans perte de résolution). Pour un usage numérique, utilisez les formats jpg ou png. Pour utiliser un arrière-plan transparent, optez pour le format png.

Vous pouvez télécharger les logos à partir de la [trousse du MER](#).

Logos à usage restreint

Ces logos ne doivent être utilisés que pour des formats inférieurs à 1 po (ou 100 px) ou pour un usage qui ne permet pas de reproduire des détails (p. ex., broderie).

Acronyme



Couleur
(premier choix)



Noir



Blanc

Acronyme, horizontal



Couleur (premier choix)



Noir



Blanc

Exemples



Icônes des piliers du MER

Ces icônes représentent les trois piliers du MER. Elles sont disponibles en versions bilingues seulement.



Les icônes sont disponibles en différentes versions. La version en couleur est l'option à privilégier. Attention à la clarté lorsque vous choisissez la couleur du logo.



Couleur (premier choix)



Noir



Blanc

Espace libre et dimension minimale

Les mêmes règles concernant l'espace libre, la taille minimale et l'utilisation du logo s'appliquent aux icônes des piliers du MER qu'au logo du MER.

Formats du logo

Fichiers vectoriels : .ai .eps .pdf .svg

Qualité supérieure, préférable pour l'impression.

Versions tramées : .jpg .png

Arrière-plan transparent en format .png qui convient à Word, PowerPoint et Canva.

Il est préférable d'envoyer des logos à des parties externes en format vectoriel, sauf indication contraire.

Toutes les versions du logo du MER sont disponibles en couleur, en noir ou en blanc et dans les formats jpg, png et vectoriel (ai, eps, pdf, svg).

Pour l'imprimer, utilisez le format vectoriel (on peut changer l'échelle sans perte de résolution). Pour un usage numérique, utilisez les formats jpg ou png. Pour utiliser un arrière-plan transparent, optez pour le format png.

Vous pouvez télécharger les logos à partir de la [trousse du MER](#).

Logos des partenaires

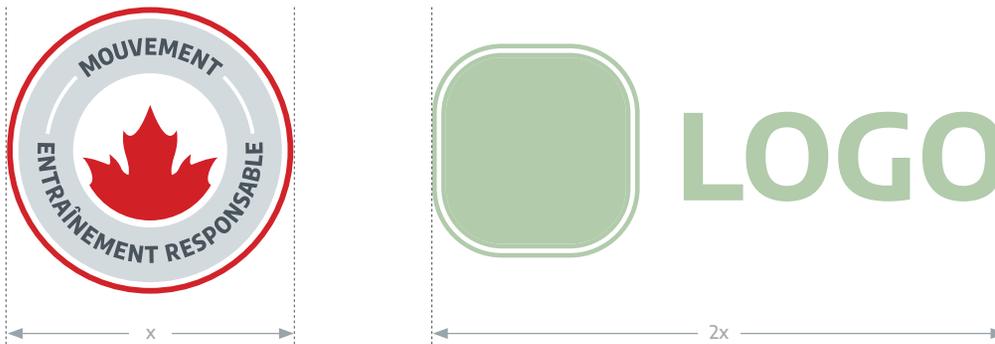
Si vous placez le logo d'un organisme partenaire à côté du logo du MER, ces derniers doivent des proportions uniformes. La taille maximale du logo d'un partenaire correspond à la plus grande de ces dimensions :

- A) Hauteur du logo du MER
- B) Double de la largeur du logo du MER

A



B



Palette de couleurs

Le MER utilise la même palette de couleurs que celle présentée dans le [Guide de la marque](#) de l'ACE.



Rouge ACE

CMJN: 10 100 100 0
RVB: 210 10 170
PMS: 186C
HEX: #d20a11



Gris ACE

CMJN: 15 0 0 80
RVB: 73 84 90
PMS: 432C
HEX: #49545a



Noir

CMJN: 0 0 0 100
RVB: 0 0 0
HEX: #000000



Gris ACE 20 %

CMJN: 3 0 0 15
RVB: 211 218 222
HEX: #d3dade

La palette de l'ACE se compose de deux couleurs primaires (ROUGE ACE et GRIS ACE) et de deux tons directs (NOIR et une teinte de GRIS ACE à 20 %).

Le ROUGE ACE peut être réglé à une opacité de 80 % à des fins de conception artistique uniquement. La teinte et l'opacité du ROUGE ACE ne peuvent pas être modifiées pour d'autres éléments graphiques comme les rectangles et les boutons.

Le GRIS ACE peut être réglé à une opacité de 80 %.

Autres renseignements

- Les techniques d'impression professionnelles utilisent des encres en quadrichromie, qui créent les couleurs à partir du cyan, du magenta, du jaune et du noir (CMJN), ou, dans certains cas, des encres de couleur d'accompagnement (comme Pantone).
- Les imprimantes couleur à jet d'encre ou laser utilisent des encres CMJN.
- L'affichage à l'écran utilise des sources de lumière rouge, vert et bleu (RVB) pour créer des images en couleur.
- Des nombres hexadécimaux sont utilisés dans le code HTML pour préciser les couleurs des sites Web, des courriels et d'autres applications numériques.

Typographie

Le MER utilise les mêmes polices que celles indiquées dans le [Guide de la marque](#) de l'ACE.

Tous les documents promotionnels et marketing du MER doivent utiliser la police **Encode Sans** à des fins graphiques. Le texte doit être ROUGE ACE, GRIS ACE, NOIR ou BLANC (inversé) sur un arrière-plan foncé.

Encode Sans

Encode Sans est la police recommandée pour les documents conçus par un graphiste professionnel. Vous pouvez la télécharger sur [Google Fonts](#).

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

0123456789!@#\$%&*() +

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Arial

Arial est la principale police utilisée pour les courriels, le Web et les communications administratives. Encode Sans (Regular et Bold) peut être utilisé pour les titres, les en-têtes et les sous-titres dans la mise en forme.

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

0123456789!@#\$%&*() +

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Photographie

Le MER adopte les mêmes lignes directrices en matière de photographie que celles indiquées dans le [Guide de la marque](#).

La photographie est un autre outil visuel qui nous permet de véhiculer les convictions et les valeurs fondamentales de l'ACE, à savoir que l'entraînement a une influence capitale sur la qualité de l'expérience sportive d'un athlète ou d'un participant, et que des entraîneurs compétents qui ont le sens de l'éthique sont indispensables à l'établissement d'un environnement sportif sécuritaire et positif.

Considérations

1. L'image est dynamique : elle nous entraîne dans le feu de l'action.
2. Elle renforce le lien entre l'athlète et l'entraîneur.
3. L'image doit refléter la **règle de deux***; par exemple, la photo peut mettre en scène un athlète et un entraîneur en premier plan, mais d'autres athlètes ou participants doivent être présents en arrière-plan.
4. Elle témoigne d'un sport où la diversité, l'inclusion et l'accessibilité sont prises en compte grâce à une représentation équitable (genre, culture, âge et sport).
5. L'image est aussi un élément graphique. Vous devez donc consulter la section Éléments graphique du Guide de la marque de l'ACE pour assurer la conformité aux règles de la marque (angles de 90°, pas d'ombre portée, etc.).

Ajouter des balises ALT aux images

Les balises ALT permettent à tous les utilisateurs, peu importe la situation, de bien comprendre ce que l'image véhicule. Elles sont aussi utiles pour les technologies qui ne détectent pas les images, comme les moteurs de recherche. Veuillez suivre ces règles générales lorsque vous ajoutez des balises ALT :

- Décrire l'image comme vous le feriez à quelqu'un qui ne la voit pas.
- Rester concis et décrire uniquement les éléments essentiels de l'image qui sont pertinents au contenu.
- Ne pas mentionner « photo de » ou « image de ». Les lecteurs d'écran annoncent automatiquement les images.
- Décrire la fonction des boutons d'appel à l'action, comme « S'abonner à l'infolettre ».
- Pour les images purement décoratives, utiliser la balise nulle
- `<alt="">`. L'image sera ignorée par les lecteurs d'écran et ne nuira pas à l'expérience de l'utilisateur.

Banque d'images

L'ACE met une banque d'images à la disposition de ses partenaires.

Pour télécharger des images, visitez coach.photoshelter.com/index

Pour obtenir le mot de passe, communiquez avec la direction du marketing et des communications de l'ACE. Pour en savoir plus, consultez la section Processus d'approbation, à la page 21 du [Guide de la marque](#) de l'ACE.

Mentionnez la source.

* Le but de la règle de deux est de s'assurer que toutes les interactions et communications sont justifiables et se font dans un environnement ouvert et observable. Elle vise à protéger les participants (particulièrement les mineurs) et les entraîneurs dans des situations de vulnérabilité potentielle en imposant la présence d'un autre adulte ou entraîneur pour que l'entraîneur ne se trouve jamais seul avec un participant. Nous sommes conscients que cette règle peut être contraignante en ce qui a trait à l'utilisation des images; par conséquent, les images montrant un entraîneur avec une équipe de participants ou à portée de voix et dans le champ de vision d'autres personnes seraient permises à titre d'illustration seulement.

Exemple d'utilisation



Bannière



Publicité numérique



Carte postale



Infographie