

# MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL

## GUIDE DE NORMES



FÉVRIER 2024  
VERSION 1.0

Ce document se veut un guide pour l'utilisation des composantes de l'identité visuelle du Musée des beaux-arts de Montréal.  
La conformité aux recommandations de ce guide vise à véhiculer une identité visuelle claire et cohérente.



*Les exemples dans ce guide sont fictifs et présentés à titre de références visuelles seulement, dans le but d'informer les futures applications de la marque.*

# 1 À PROPOS DU MBAM



## 2 MONOGRAMME

## 3 BLOC-MARQUE

## 4 COULEUR

## 5 TYPOGRAPHIE

## 6 PHOTOGRAPHIE

## 7 COMPOSITION

1

# À PROPOS DU MBAM





## 1.1 MISSION



Le Musée des beaux-arts de Montréal a été fondé et bâti par la générosité de multiples générations de Montréalais·es. Il a pour mission d'acquérir, de conserver, d'étudier, d'interpréter et de présenter des œuvres d'art significatives de tous horizons et de toutes époques, au bénéfice des membres de sa communauté et de ses publics, dans l'espoir que l'art transforme leur vie.

---

## 1.2 VISION

Le Musée des beaux-arts de Montréal aspire à devenir un lieu de vie et d'échanges accueillant et incontournable où l'art et sa présentation actuelle et audacieuse permettent à tous les publics de se rencontrer et de rêver d'un monde plus inclusif, plus accessible et plus juste.



La responsabilité

- Porter un discours qui se reflète dans chacun de nos gestes, que ce soit sur le plan humain, environnemental ou financier;
- Être à l’écoute du monde qui nous entoure;
- Faire des choix conscients, en phase avec l’époque actuelle et en cohérence avec un environnement en mouvance;
- Comprendre que ce que nous faisons aujourd’hui a des répercussions sur demain.

La créativité

- Faire preuve d’audace et oser faire les choses différemment;
- Préconiser des approches novatrices;
- Donner la permission de remettre en question le statu quo;
- S’engager à tirer des leçons de nos expériences et de nos erreurs.

L’engagement

- Avoir à cœur le succès de notre Musée;
- Rechercher les occasions de faire avancer notre institution;
- Avoir l’esprit d’équipe et collaborer ouvertement et fréquemment;
- Faire preuve de flexibilité et d’agilité afin d’améliorer nos façons de faire.

L’ouverture

- Reconnaître que chaque personne mérite d’être vue, entendue, considérée et valorisée dans son unicité;
- Baser nos comportements sur le respect et l’écoute;
- Être ouvertes et ouverts à l’autre afin de comprendre sa réalité et ses perceptions;
- Créer un espace de partage et d’échange sécuritaire pour toutes et tous;
- Entretenir un climat de confiance et de collégialité.

L’excellence

- Toujours chercher à offrir le meilleur de soi;
- Adhérer à des normes muséales de haute qualité;
- Faire preuve de rigueur et porter une attention particulière aux détails qui comptent;
- Se distinguer par une envie de se surpasser.

2

# MONOGRAMME



## 2.1 APERÇU DES MONOGRAMMES

Le monogramme est la plus simple expression de la marque. Particulièrement flexibles, ses 4 versions couvrent tous les besoins de la marque.

Aux endroits où le public est familier avec la marque – dans l’entête de l’infolettre, à l’intérieur du Musée, en image de profil sur les médias sociaux, etc. – il peut être utilisé seul, sans la signature.



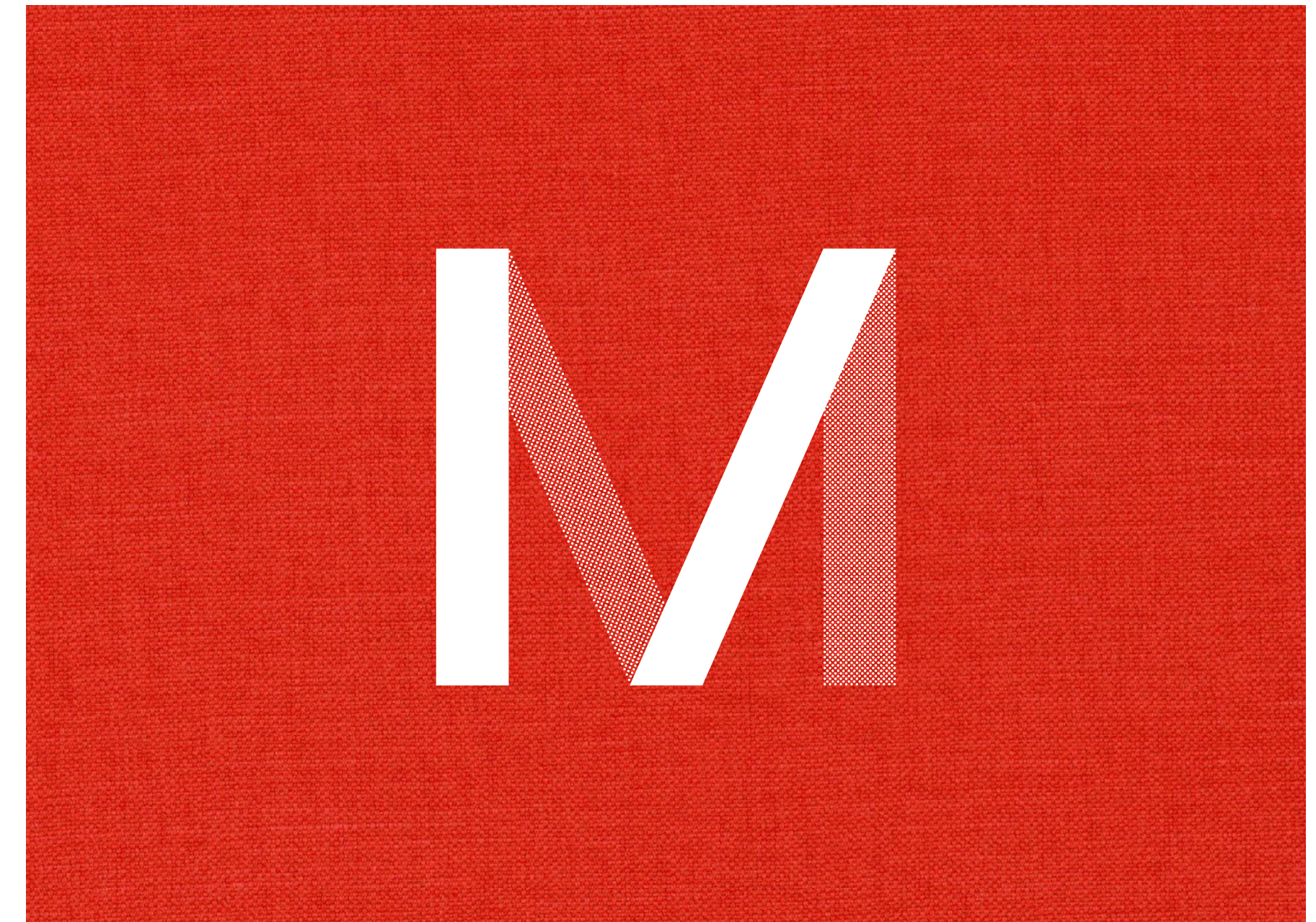
Monogramme officiel



Monogramme spécial



Monogramme simplifié



Monogramme tramé



## 2.2 MONOGRAMME OFFICIEL

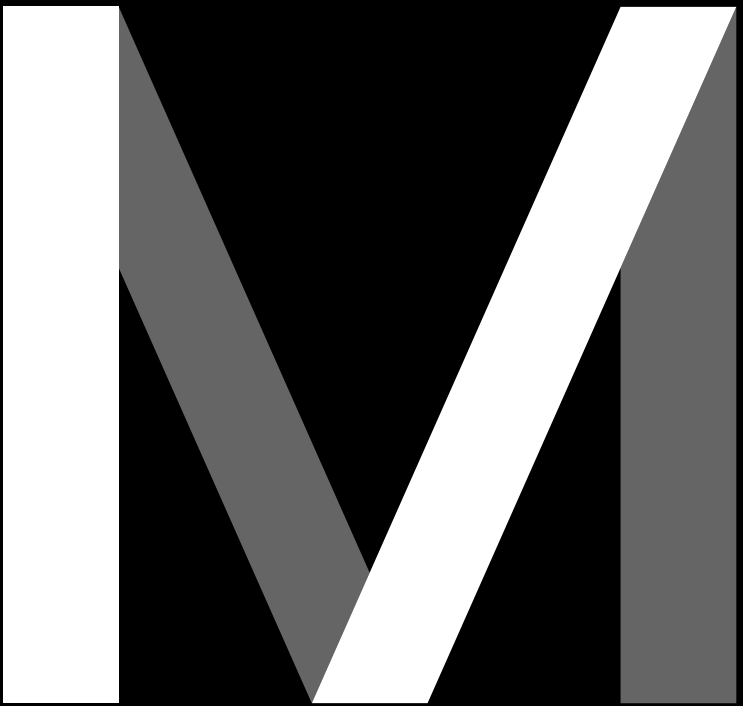
Le monogramme officiel est disponible dans les deux couleurs suivantes. C’est la version du monogramme la plus couramment utilisée.

Les parties du monogramme qui paraissent grises sont en fait semi-transparentes (opacité à 40%), révélant la couleur de l’arrière-plan.

Sauf exception approuvée par l’équipe de la marque du Musée, utilisez le monogramme officiel dans toutes les applications qui présentent un fond uni.



Noir + Noir à 40%



Blanc + Blanc à 40%

2.3 MONOGRAMME  
OFFICIEL  
ARRIÈRE-PLAN

La semi-transparence du monogramme est particulièrement intéressante lorsqu’il est placé sur un fond de couleur uni.

Assurez-vous qu’il y ait suffisamment de contraste entre le monogramme et l’arrière-plan. Voir la section Couleur pour l’éventail complet de notre palette élargie et les couleurs de monogramme à superposer aux différentes teintes (p. 40).

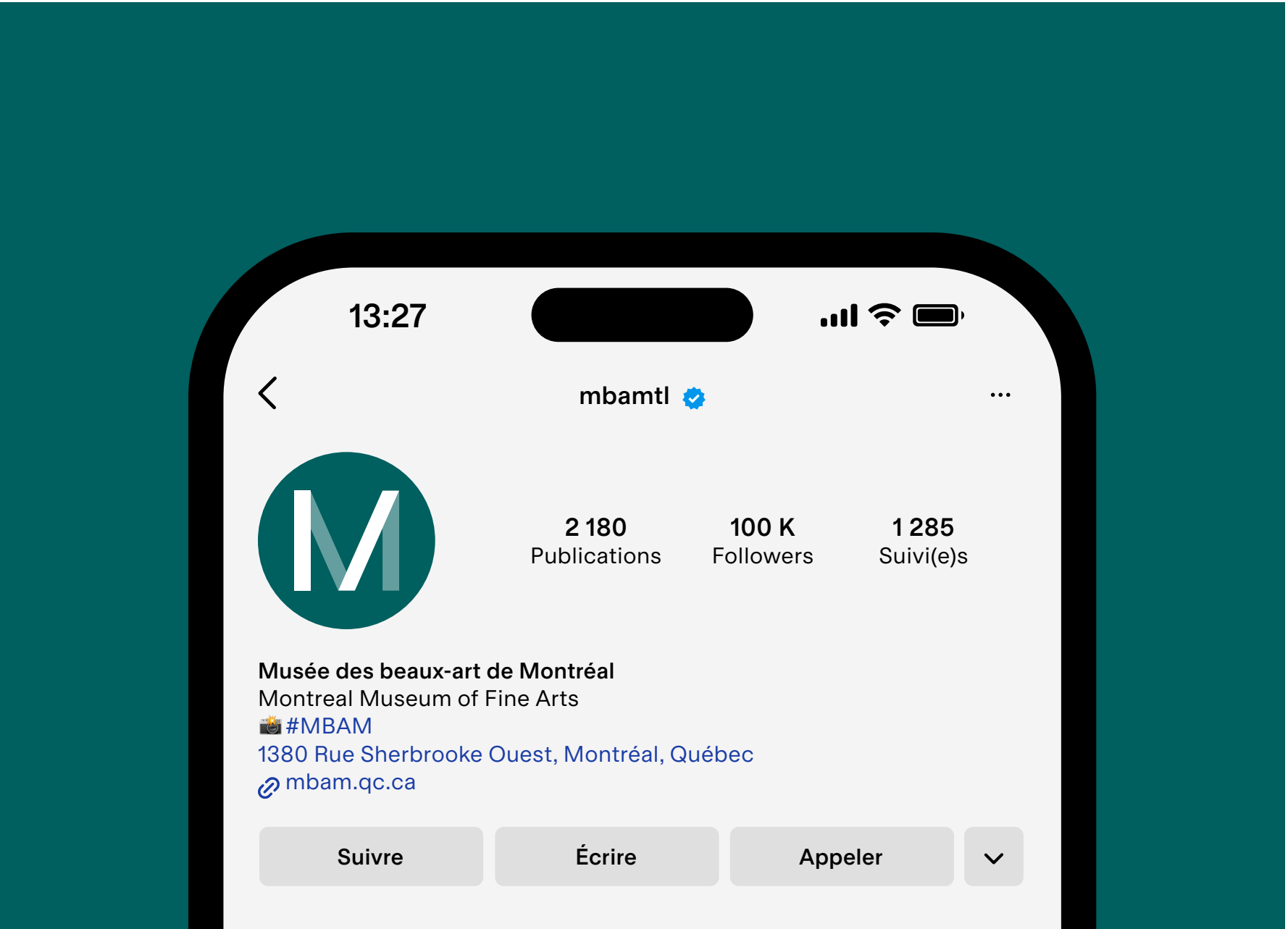
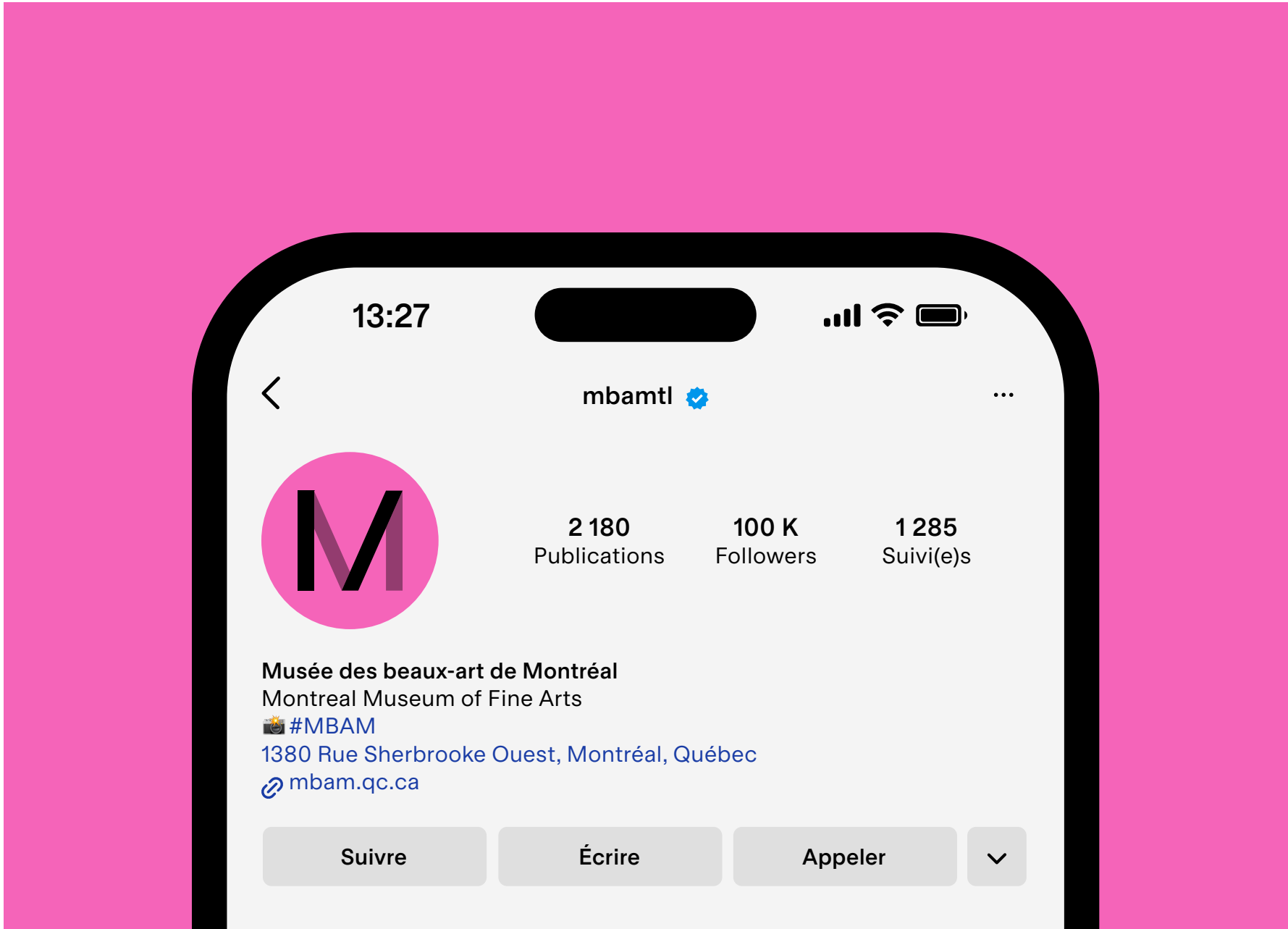
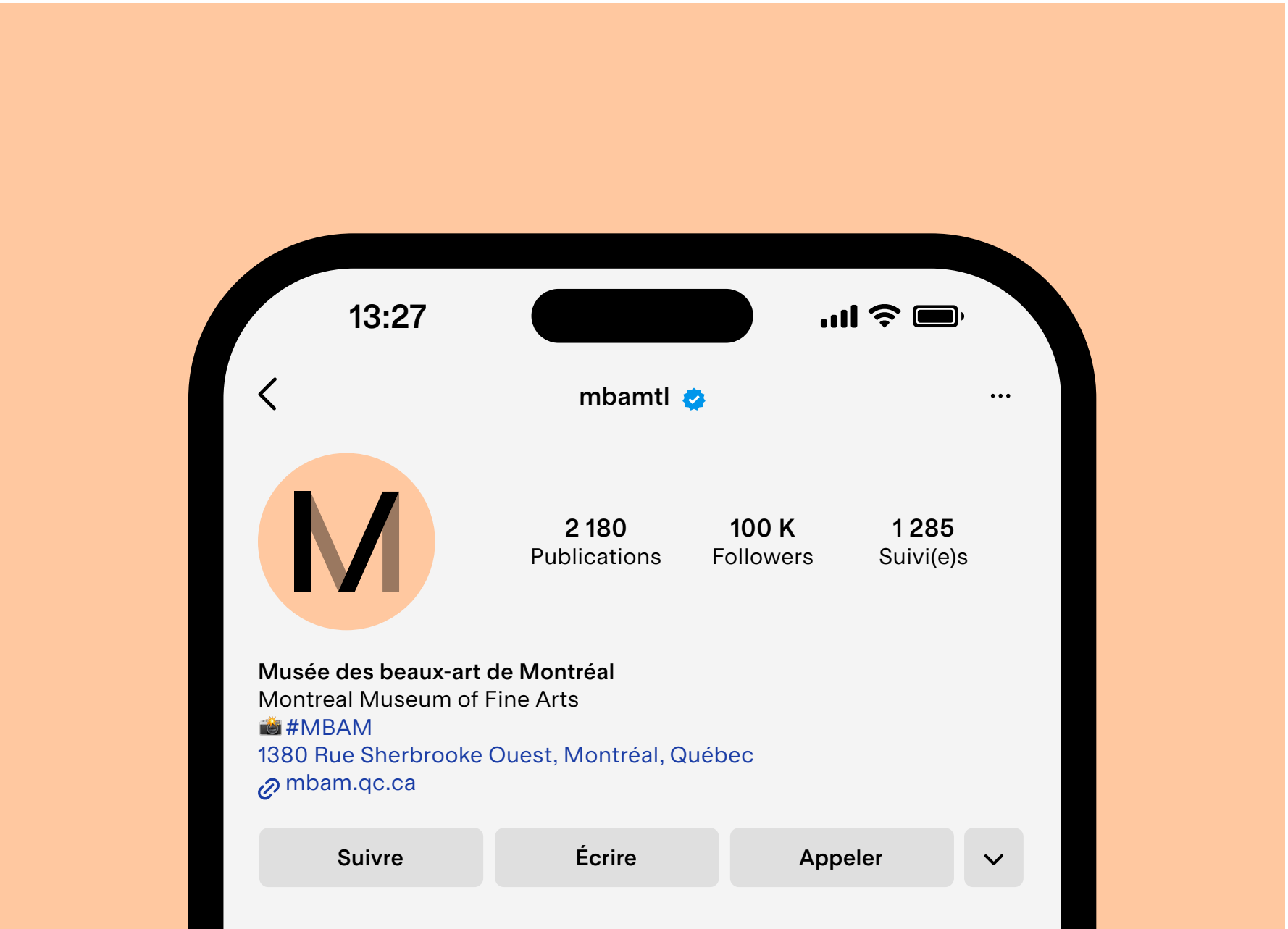
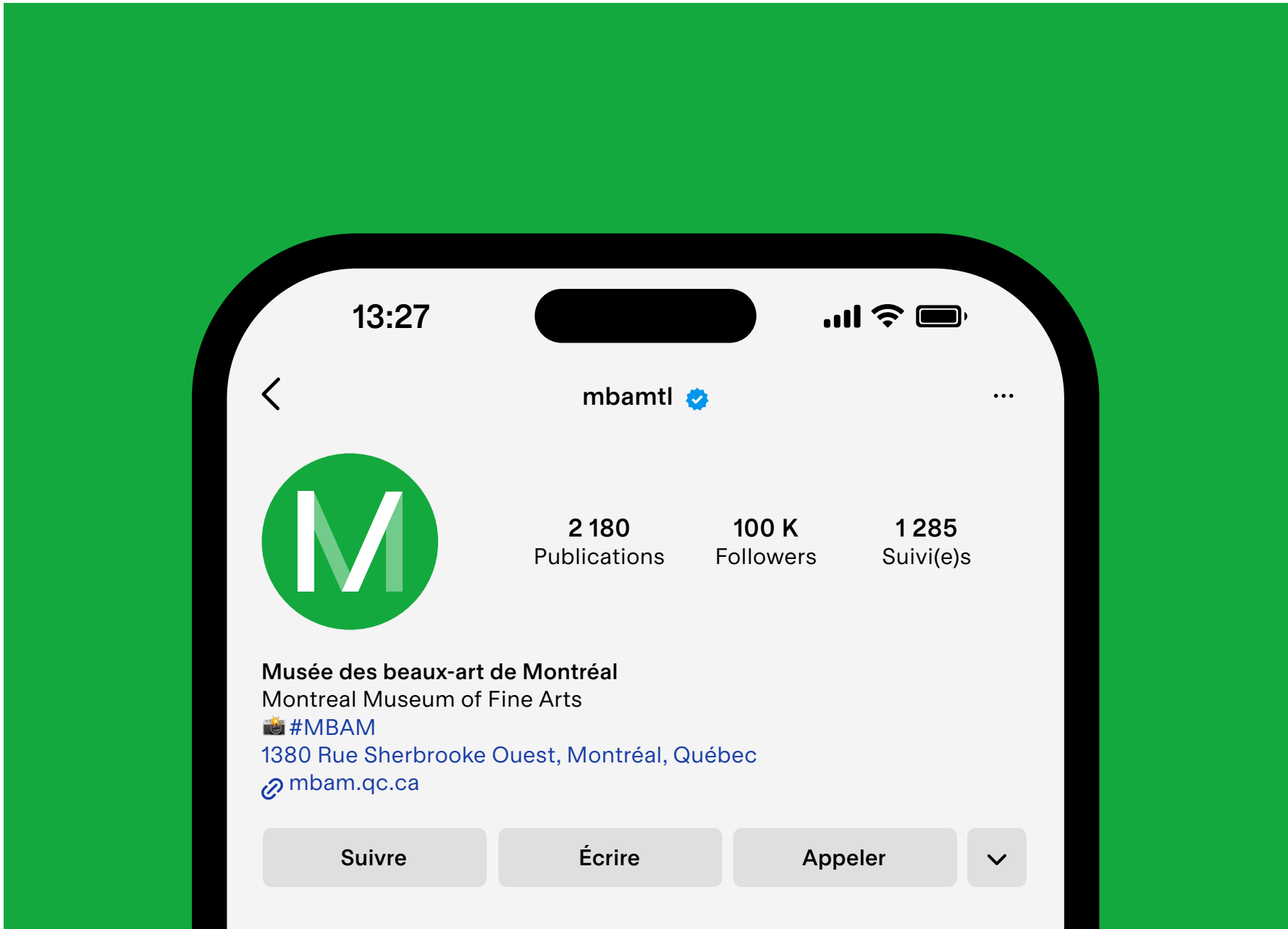
Ne jamais placer le monogramme officiel par-dessus une œuvre ou une photo.



2.4 MONOGRAMME  
OFFICIEL  
ICONE MÉDIAS  
SOCIAUX



Le fond de l'icône des médias sociaux peut  
changer de couleur avec les saisons.



2.5 MONOGRAMME  
OFFICIEL  
SIGNATURE COURRIEL



ALEX RAUNTEAU  
Chef d’équipe, Développement numérique  
MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL

Team Leader, Digital Development  
MONTREAL MUSEUM OF FINE ARTS

Bureau     514-285-1600 poste XXX  
Cellulaire 514-888-1945  
Web        [mbam.qc.ca](http://mbam.qc.ca)



## 2.6 MONOGRAMME OFFICIEL CARTES D’AFFAIRES

Les employés peuvent choisir l’une des couleurs de la palette étendue pour l’arrière-plan du recto de leur carte.



ALEX RAUNTEAU

Chef d’équipe, Développement numérique

MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL

Team Leader, Digital Development

MONTREAL MUSEUM OF FINE ARTS

Courriel

Bureau

Cellulaire

Web

araunteau@mbamtl.org

514-285-1600 poste XXX

514-888-1985

mbam.qc.ca

CHARLIE RASSARD

Responsable de programmes éducatifs

Recherche, innovation et médiation numérique

MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL

Educational program manager

Research, innovation and digital mediation

MONTREAL MUSEUM OF FINE ARTS

Courriel

Bureau

Cellulaire

Web

arassard@mbamtl.org

514-285-1600 poste XXX

514-888-1945

mbam.qc.ca



DOMINIQUE ANGESSAC

Conservateur des arts asiatiques

et de l’archéologie

MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL

Curator for Asian Arts and Archaeology

MONTREAL MUSEUM OF FINE ARTS

Courriel

Bureau

Cellulaire

Web

dangessac@mbamtl.org

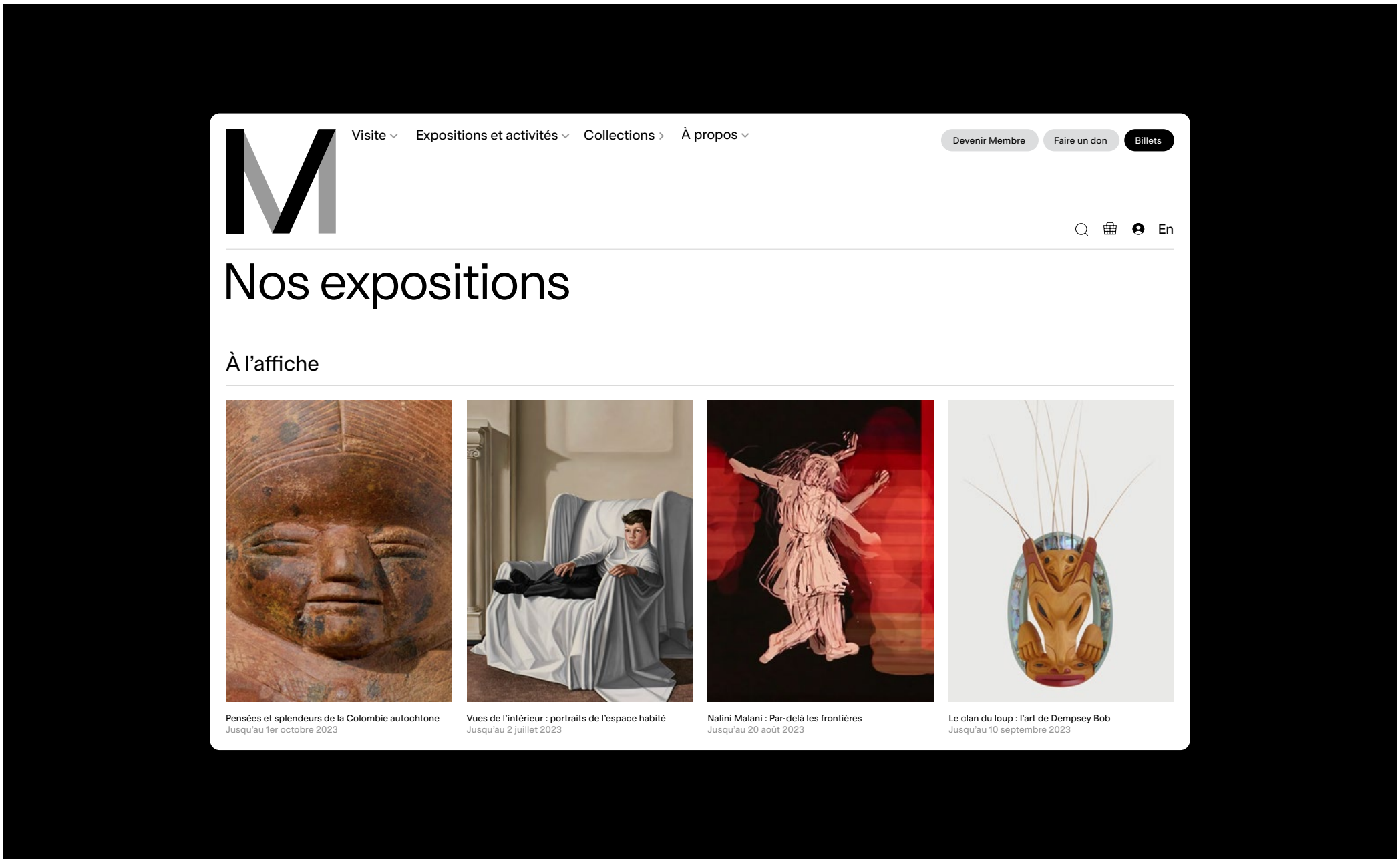
514-285-1600 poste XXX

514-888-1946

mbam.qc.ca



2.7 MONOGRAMME  
OFFICIEL  
AUTRES EXEMPLES



Exemples fictifs présentés à titre de références visuelles seulement



2.8 MONOGRAMME SPÉCIAL

Dans le monogramme spécial, les parties habituellement semi-transparentes sont maintenant teintées avec l’une des 24 couleurs d’accent suivantes, issues de notre palette élargie.

Cette version du monogramme a été spécialement conçue pour permettre sa superposition à une image à marges perdues (*bleed*) et ne devrait être utilisée que par des designers qualifiés.

Sauf exception approuvée par l’équipe de la marque du Musée, le monogramme spécial ne doit jamais être utilisé sur un fond de couleur uni. Dans ce cas, utilisez le monogramme officiel.

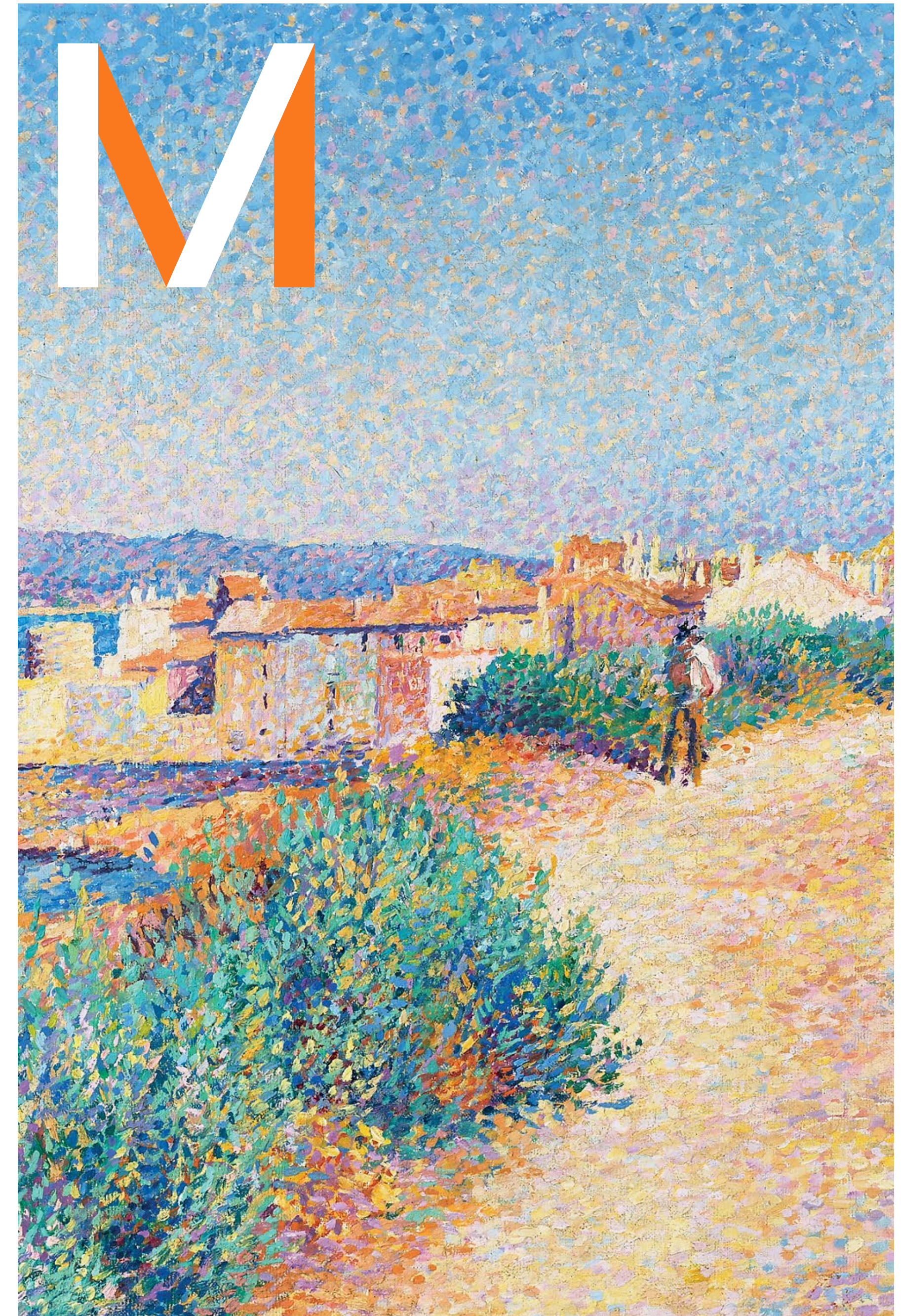




## 2.9 MONOGRAMME SPÉCIAL ARRIÈRE-PLAN

Le monogramme spécial a été spécialement conçu pour permettre sa superposition à une image à marges perdues (*bleed*). Lorsque vous choisissez une couleur d'accent, optez pour une couleur qui s'harmonise ou qui contraste avec l'image en arrière-plan.

Si vous souhaitez placer le monogramme sur une œuvre, assurez-vous d'en avoir la permission auprès de l'équipe de la marque du Musée.





## 2.10 MONOGRAMME SPÉCIAL PAPETERIE



Exceptionnellement, la papeterie utilise la version spéciale du monogramme avec une encre métallique argent.

L'effet dans le monogramme résulte de la simulation d'une encre métallique, et non d'un dégradé de couleurs imprimées.



## 2.11 MONOGRAMME SIMPLIFIÉ

Certaines applications de la marque ne permettent pas l'utilisation de 2 teintes : l'estampage, l'embossage, la découpe laser, la découpe vinyle, etc. C'est pour ces besoins spéciaux que cette version simplifiée a été créée.

Cette version du monogramme, dédiée à des fins de production seulement, ne doit être utilisée qu'en cas d'exception, lorsqu'il n'est pas possible d'utiliser les autres versions.





2.12 MONOGRAMME  
SIMPLIFIÉ  
EXEMPLES



Estampage métallique du monogramme simplifié



Monogramme simplifié embossé dans du cuir

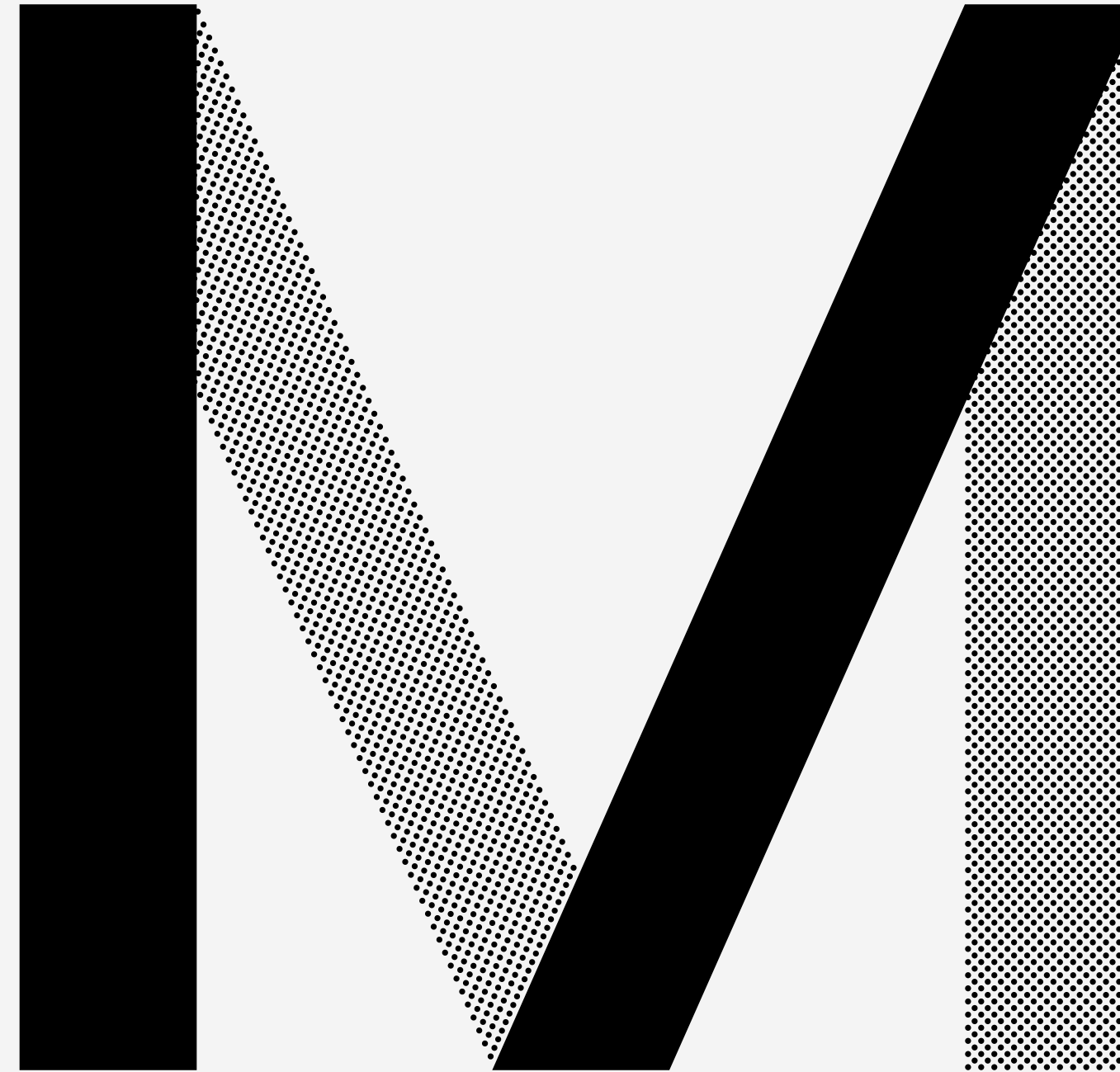


Extrusion en acier du monogramme simplifié



## 2.13 MONOGRAMME TRAMÉ

Cette version tramée du monogramme, dédiée à des fins de production seulement, a été créée spécifiquement pour sa production en sérigraphie. Le monogramme tramé ne devrait être utilisé d'aucune autre manière.





2.14 MONOGRAMME  
TRAMÉ  
EXEMPLES



Monogramme tramé sérigraphié sur un tote



Monogramme tramé sérigraphié sur un carnet de notes

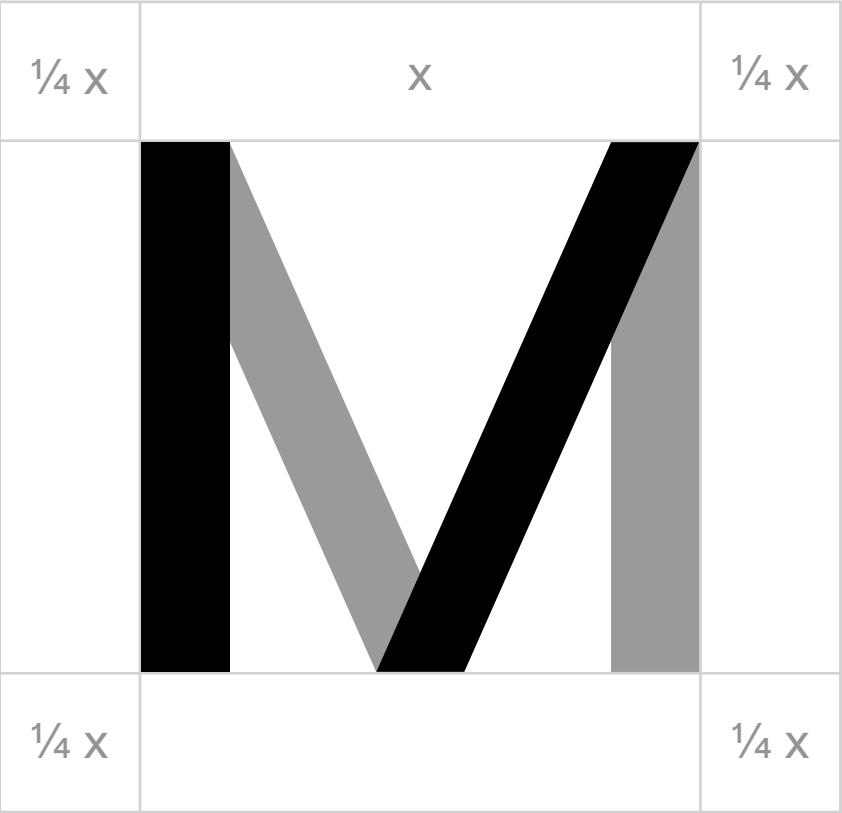


## 2.15 MARGES DE SÉCURITÉ

Lorsque vous placez d’autres éléments à proximité, veillez à ne pas encombrer le monogramme. Aucun texte, logo ou photo ne devrait le chevaucher.

Utilisez le ¼ de la largeur du monogramme comme mesure d’espace minimale.

Exceptionnellement, lors de l’utilisation du monogramme en très grand format, la marge de sécurité peut être réduite considérablement.



## 2.16 TAILLE DU MONOGRAMME

Le monogramme est destiné à être utilisé en gros comme en petit format.

Lorsque vous choisissez la taille du monogramme, tenez toujours compte du contexte, des objectifs de communication et du ton désiré.

Fréquemment, nous optons pour une utilisation du monogramme en grand format afin de créer du contraste dans la composition, tout en communiquant avec un ton audacieux et distinctif.

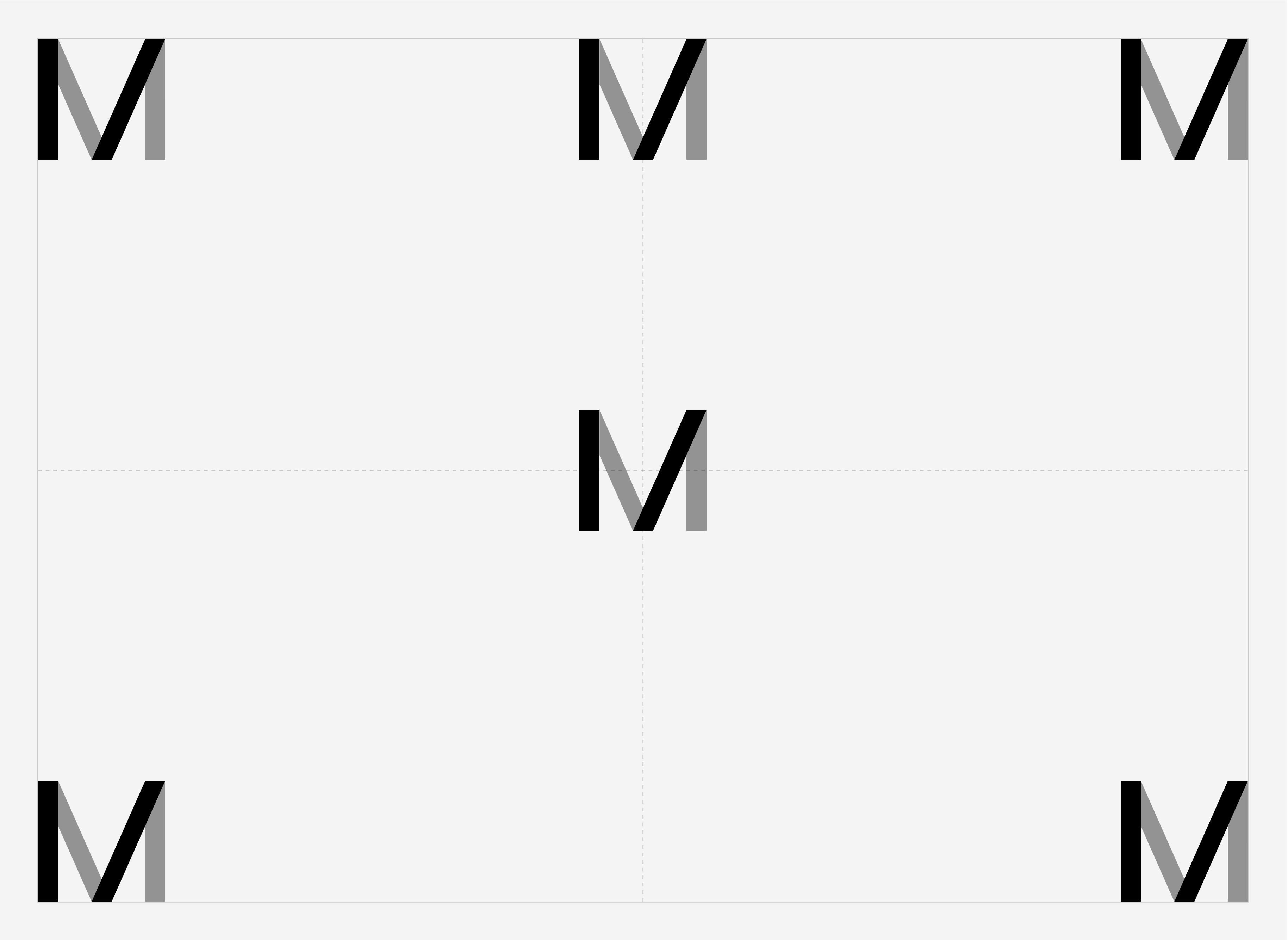
L'utilisation d'une version plus petite du monogramme conviendra aux supports de communication nécessitant un ton plus réservé.

**N'utilisez pas le monogramme à une taille inférieure à 0,25 pouce (18 px) de large.**



## 2.17 POSITIONNEMENT

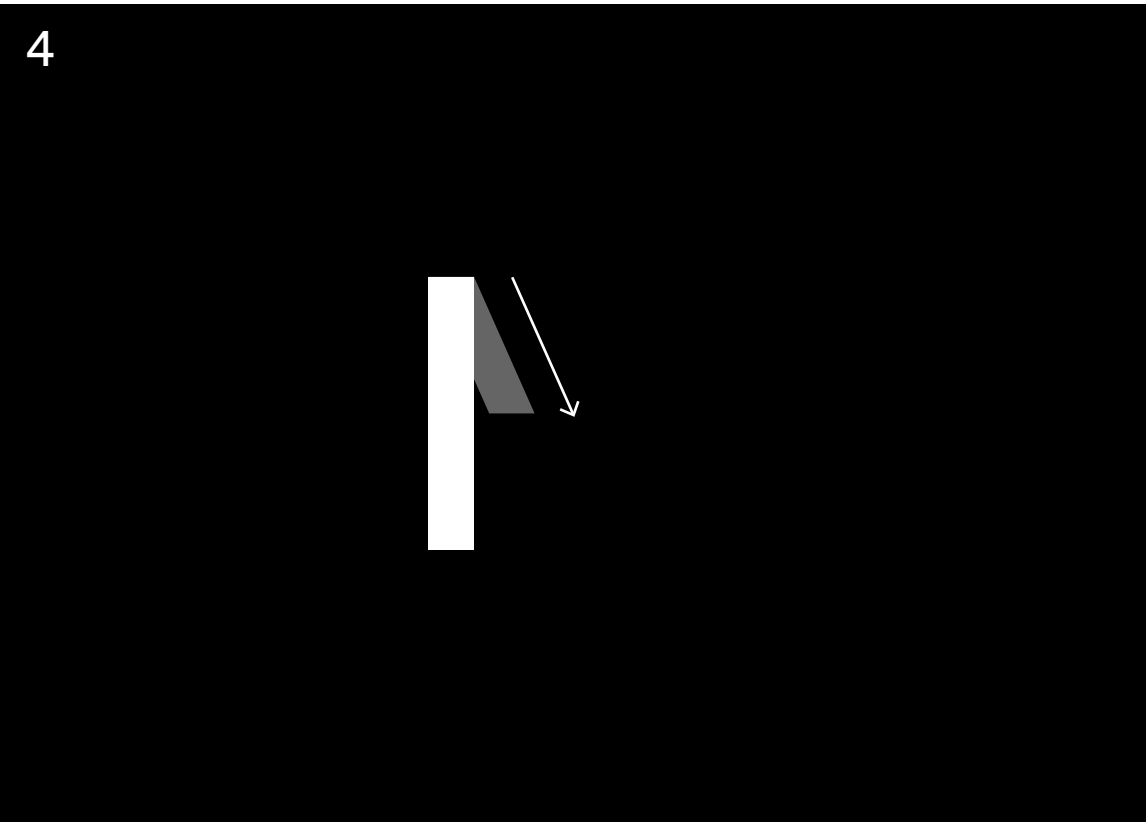
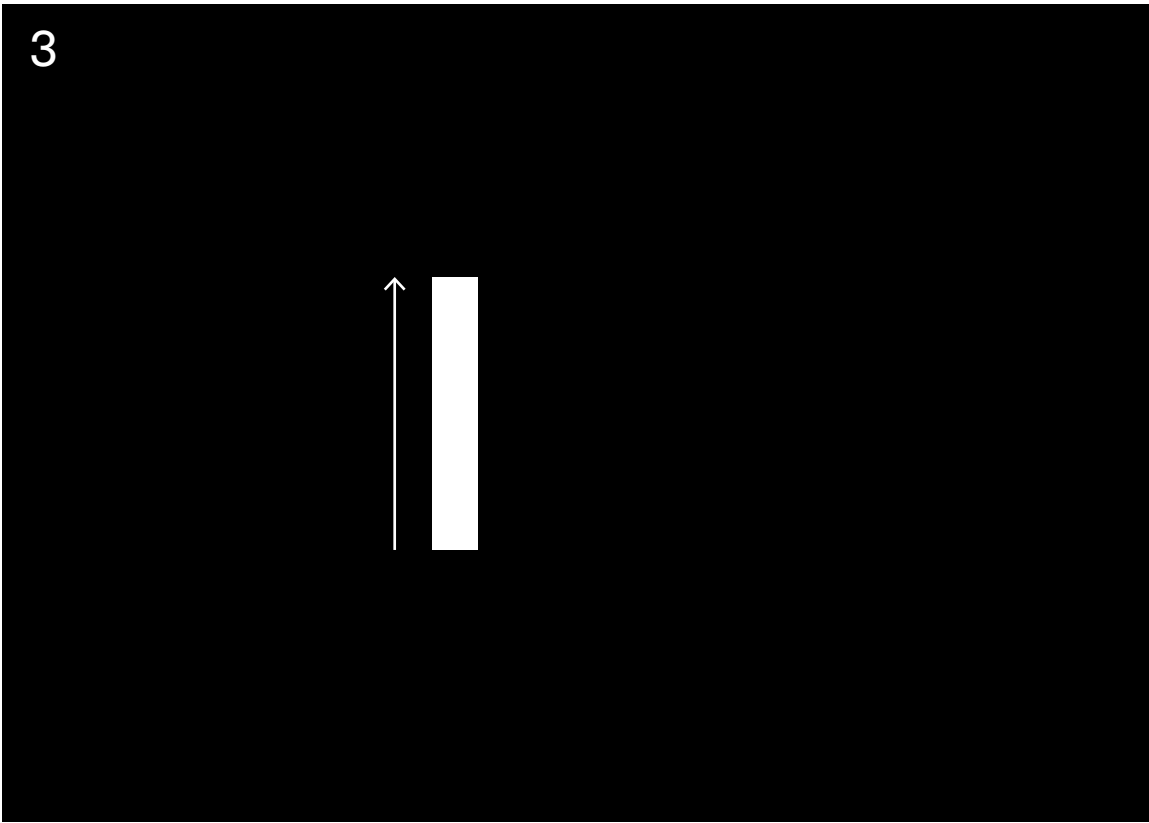
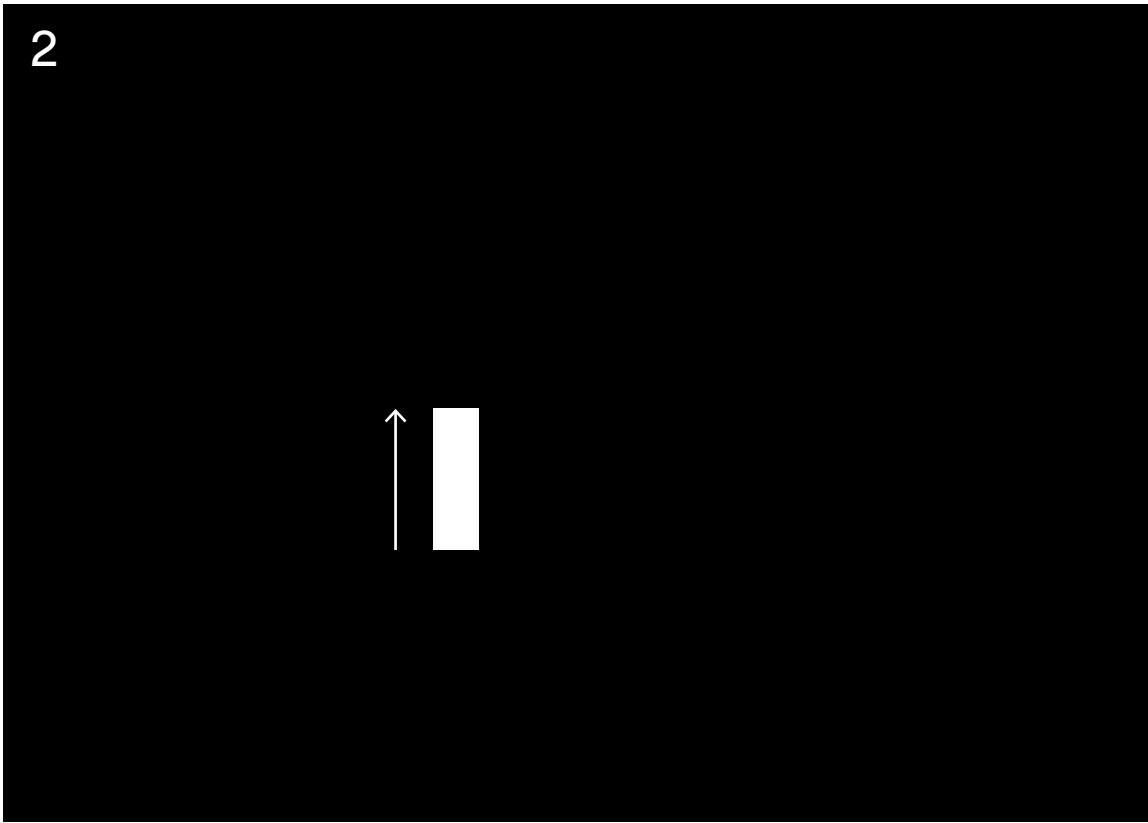
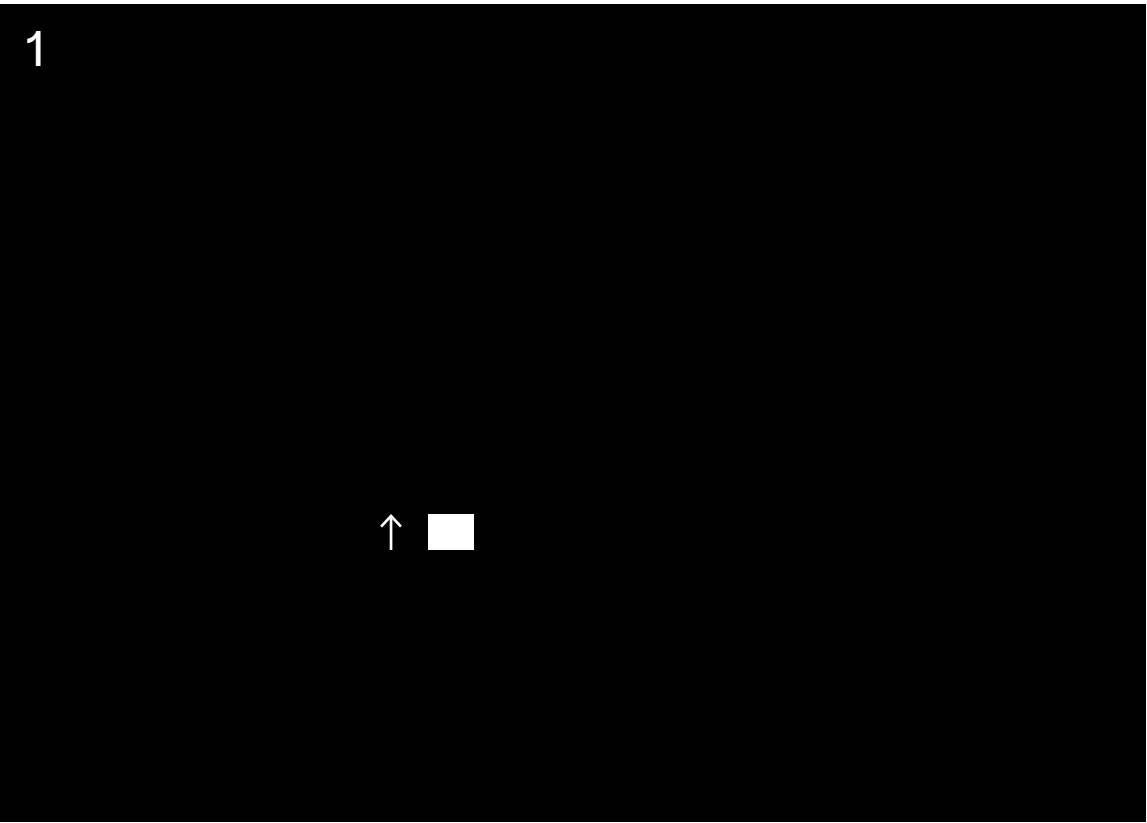
Dans les pièces de communication du Musée, le monogramme peut être disposé à l'un des 6 emplacements suivants. Il doit toujours être contenu et aligné dans la grille du document.



# 2.18 ANIMATION

Le monogramme s'anime à l'aide de masques, comme un ruban qui se déroule.

Un lissage de vitesse de 100 doit être appliqué au début et à la fin de l'animation.



# 2.19 RESTRICTIONS

Évitez les traitements suivants.



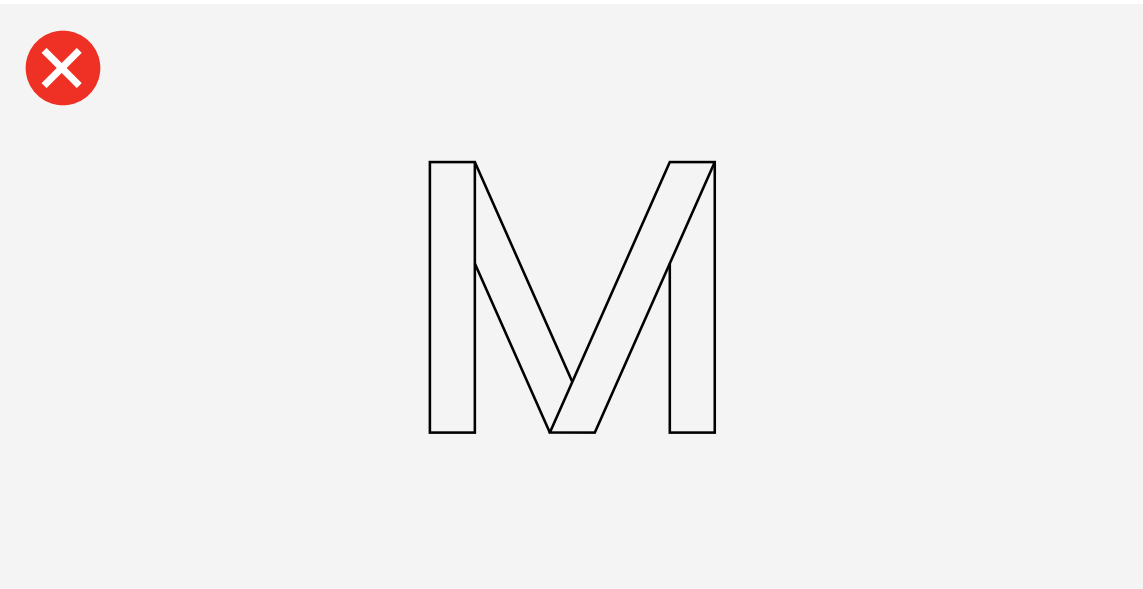
Ne pas utiliser l'ancien monogramme.



Ne pas combiner 2 couleurs (ou plus) de la palette élargie.



Ne pas colorer le monogramme avec une seule couleur.



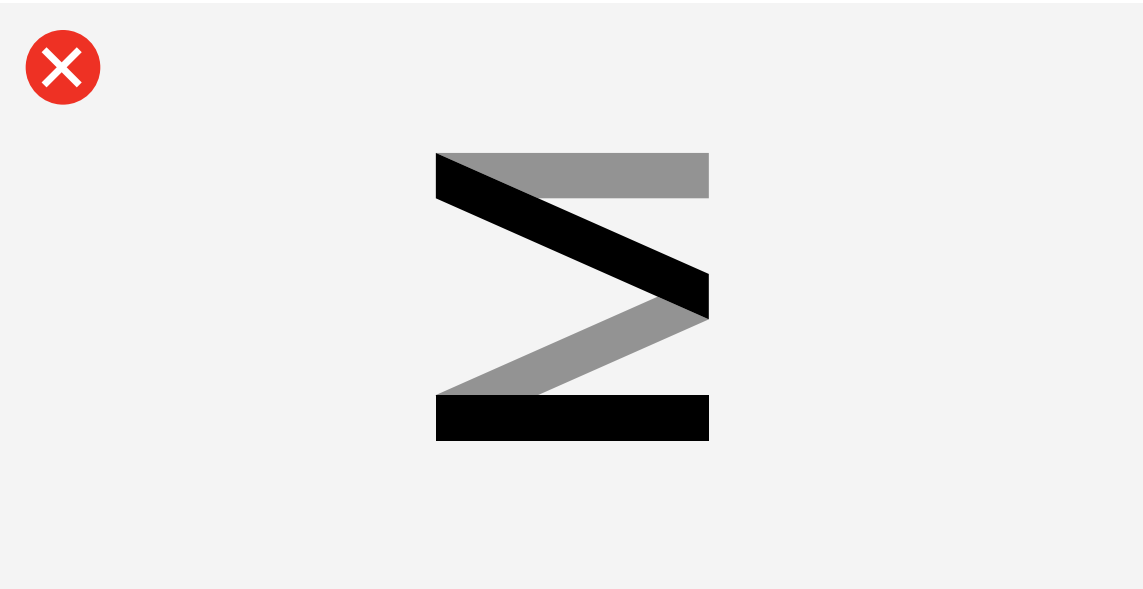
Ne pas mettre le monogramme en lignes de contours.



Assurez un contraste adéquat entre le monogramme et le fond.



Ne pas utiliser le monogramme officiel sur une image ou une photo.



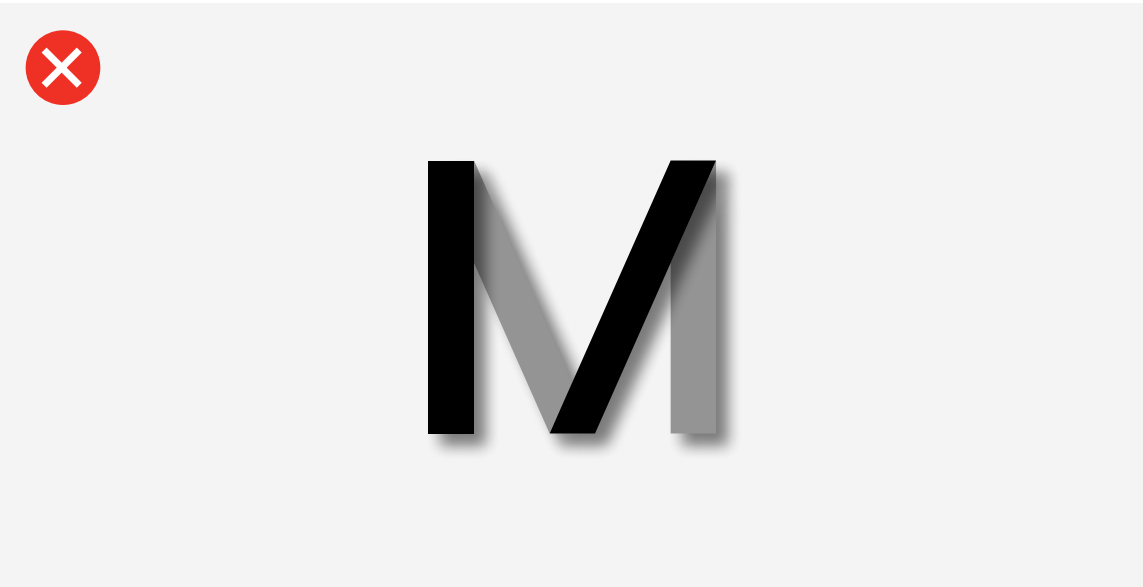
Ne pas pivoter le monogramme.



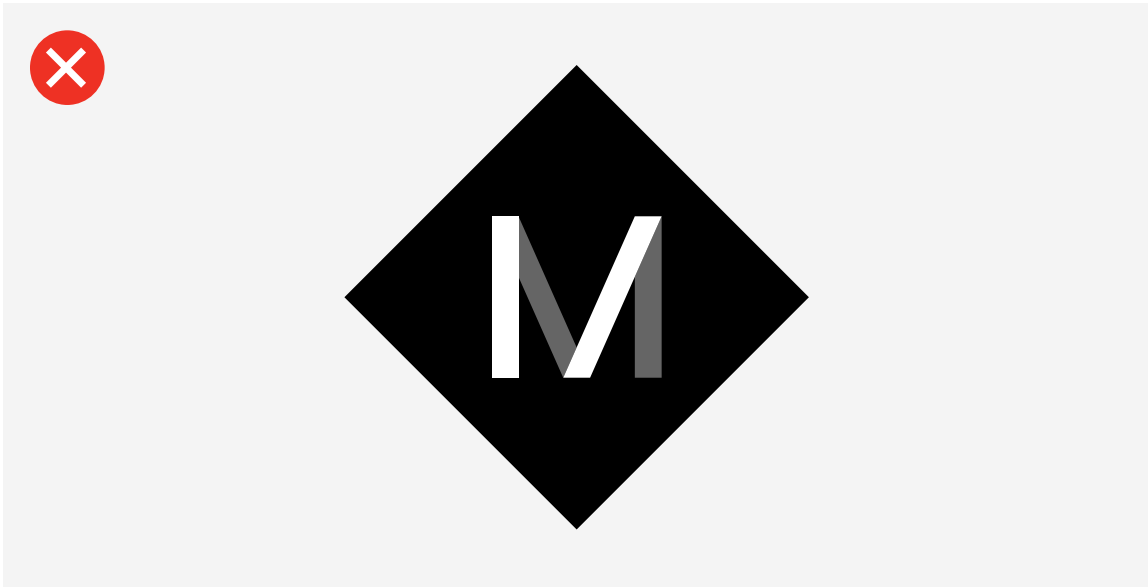
Ne pas ajuster la graisse du monogramme.



Ne pas utiliser le monogramme spécial sur un fond uni coloré.



Ne pas appliquer d'effet sur le monogramme.



Ne pas placer le monogramme dans une forme.



Ne pas utiliser de dégradé dans le monogramme.

3

# BLOC-MARQUE

### 3.1 SIGNATURE

Toujours composée en capitales, la signature peut être disposée sur 1, 2 ou 3 lignes. Elle n’est jamais utilisée seule, mais toujours en accompagnement du monogramme.

Lorsque la signature française est disposée sur 3 lignes, le «DE» disparaît pour créer un bloc plus harmonieux. Lorsqu’elle est disposée sur 1 ou 2 lignes, le nom complet est utilisé.

Voici les informations techniques pour formater une signature en texte éditable :

Police : Habitus MBAM Regular  
Alignement du paragraphe : Gauche  
Interlignage : 106.5% de la taille du texte  
Interlettrage : 0  
Crénage : Métrique

MUSÉE DES  
BEAUX-ARTS  
MONTRÉAL

Signature française sur 3 lignes

MONTREAL  
MUSEUM  
OF FINE ARTS

Signature anglaise sur 3 lignes

MUSÉE DES BEAUX-ARTS  
DE MONTRÉAL

Signature française sur 2 lignes

MONTREAL MUSEUM  
OF FINE ARTS

Signature anglaise sur 2 lignes

MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL

Signature française sur 1 ligne

MONTREAL MUSEUM OF FINE ARTS

Signature anglaise sur 1 ligne

MUSÉE DES BEAUX-ARTS  
MONTRÉAL

MONTREAL  
MUSEUM  
OF FINE ARTS

Signature bilingue sur 3 lignes

MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL  
MONTREAL MUSEUM OF FINE ARTS

Signature bilingue sur 2 lignes



### 3.2 BLOCS-MARQUE OFFICIELS

Ensemble, notre monogramme et nos signatures forment nos blocs-marque. Voici les 3 compositions officielles.

~~Lorsqu'un partenaire externe au Musée vous demande votre logo, envoyez lui ces 3 blocs-marque.~~



Bloc-marque officiel français



Bloc-marque officiel anglais

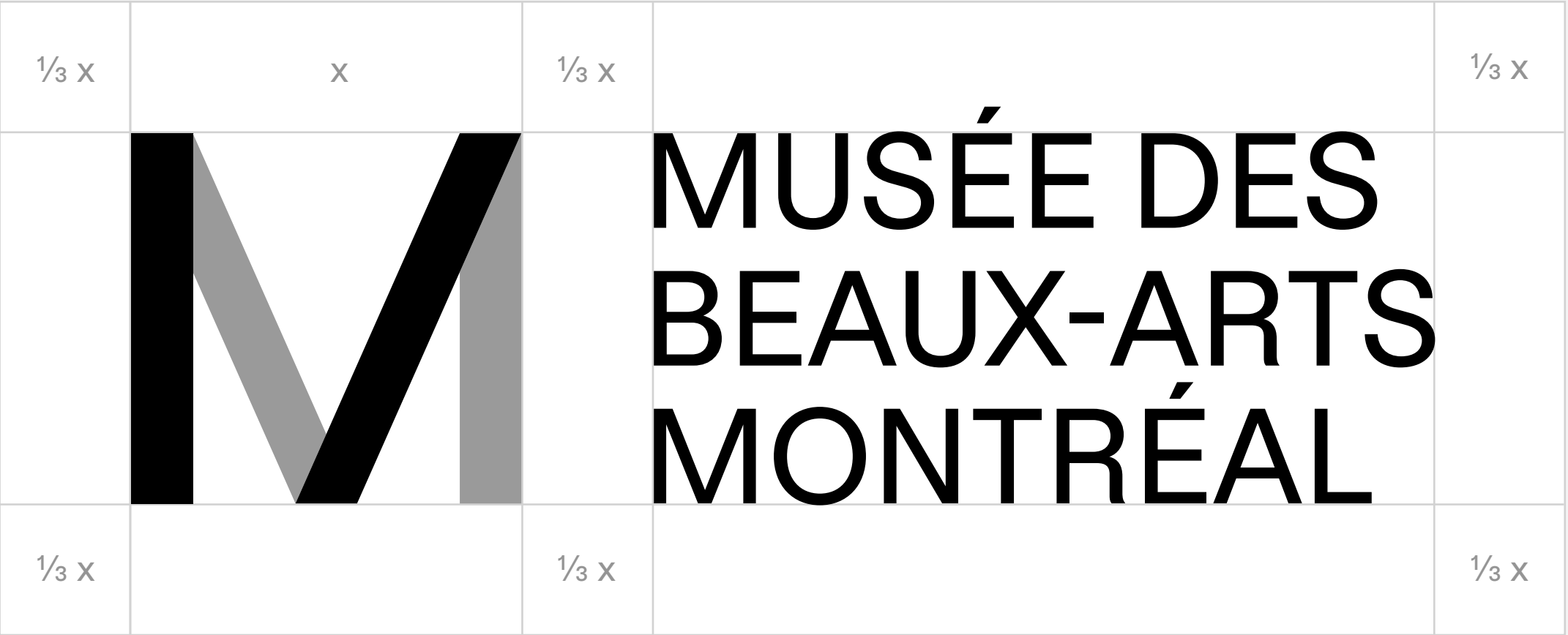


Bloc-marque officiel bilingue

### 3.3 CONSTRUCTION ET MARGES DE SÉCURITÉ

Lorsque vous placez d’autres éléments à proximité, veillez à ne pas encombrer le bloc-marque. Aucun texte, logo ou photo ne devrait le chevaucher.

Utilisez le  $\frac{1}{3}$  de la largeur du monogramme comme mesure d’espacement minimale entre le monogramme et la signature ainsi qu’à l’extérieur du bloc-marque.

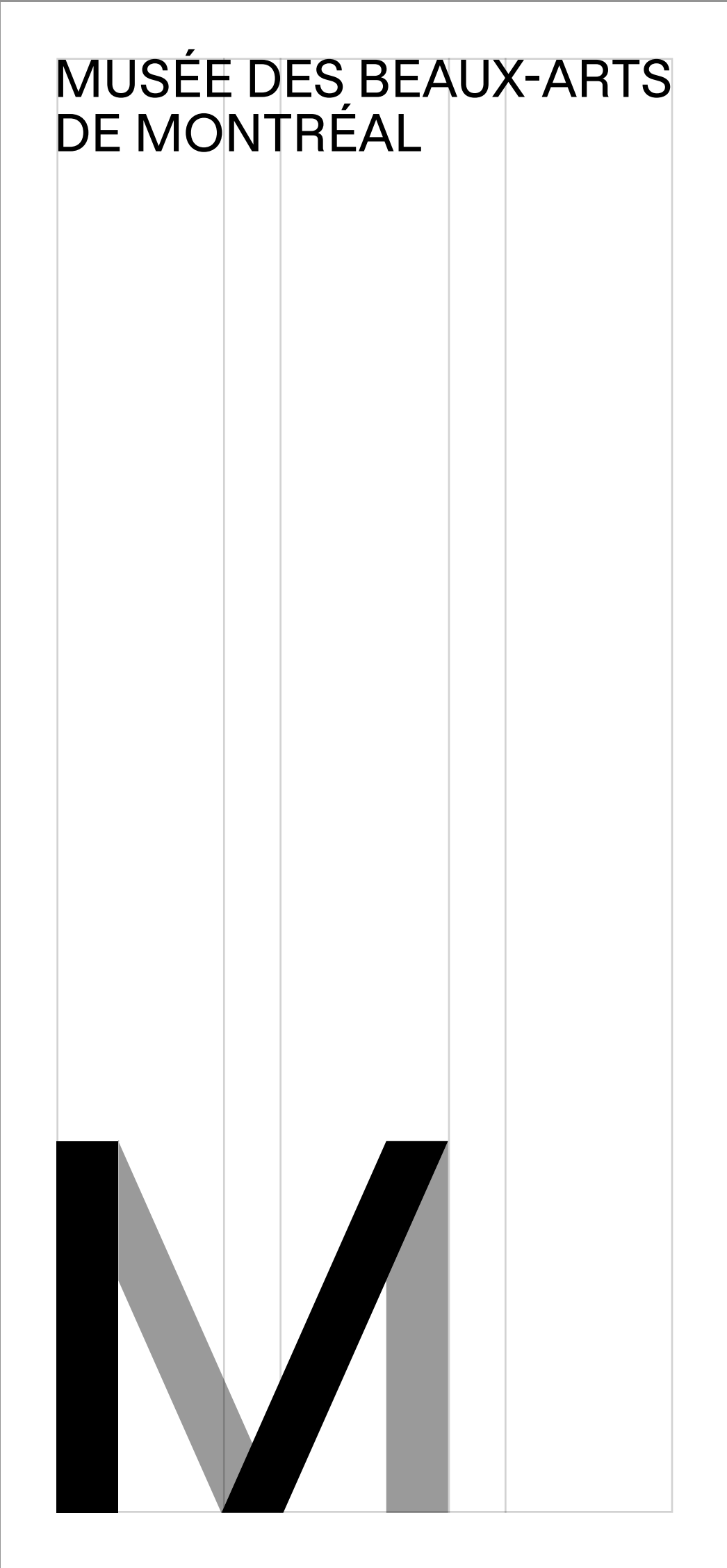


### 3.4 FLEXIBILITÉ DES BLOCS-MARQUE

Dans les applications conçues par des professionnels, incluant les gabarits officiels, la signature peut être dissociée du monogramme pour s'aligner avec d'autres éléments le long de la grille, ou simplement pour créer de la tension dans la composition.

Cette flexibilité, misant sur la reconnaissance du monogramme, permet de réduire le bruit visuel autour de celui-ci, allégeant ainsi la composition.

Assurez-vous que le monogramme et la signature soient alignés dans la grille du document.



### 3.5 PROPORTION DES ÉLÉMENTS DU BLOC-MARQUE

Pour maintenir des proportions harmonieuses, suivez ces règles lorsque le monogramme et la signature cohabitent dans une composition :

Option 1  
Le monogramme est de la même hauteur que la signature.

Option 2  
Le monogramme est au moins 2 fois plus haut que la signature.

Ne pas dimensionner le monogramme à une taille légèrement supérieure à la signature. Assurez-vous qu’il y ait un rapport de proportion d’au moins 2:1.

La hauteur de la signature ne doit jamais dépasser celle du monogramme.



Le monogramme est de la même hauteur que la signature.



Le monogramme est deux fois plus haut que la signature.



La signature ne doit jamais être plus haute que le monogramme.



Ne pas dimensionner le monogramme à une taille légèrement supérieure ou inférieure à la signature.



### 3.6 TAILLE DU BLOC-MARQUE

Optimisé pour conserver ses qualités esthétiques et sa lisibilité à plusieurs tailles, le bloc-marque peut être utilisé en gros comme en petit format.

N'utilisez pas le bloc-marque officiel à une taille inférieure à 0,25 pouce (18 px) de haut.



Hauteur minimale  
0.25 po / 18px

### 3.7 RESTRICTIONS

Évitez les traitements suivants.



Ne pas changer la graisse de la signature.



Ne pas changer l'alignement de la signature.



Ne pas créer un bloc-marque vertical.



Ne pas disposer la signature sur plus de 3 lignes.



Ne pas rapprocher la signature à moins de 1/3 de la largeur du monogramme.



Le monogramme ne doit jamais être plus petit que la signature.



Ne pas appliquer d'effet sur le bloc-marque.



La signature et la base du monogramme ne doivent pas être de couleurs différentes.

3.8 BLOC-MARQUE  
BILLET D'ENTRÉE



MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL  
MONTREAL MUSEUM OF FINE ARTS

**Pensées et splendeurs de la Colombie autochtone**  
**Thought and Splendour of Indigenous Colombia**

Prière de vous présenter à l'entrée de l'exposition « L'univers au creux des mains : pensées et splendeurs de la **Colombie autochtone** » à l'heure indiquée sur votre billet. Ce billet est valable pour une personne et une entrée.

*Please arrive at the entrance to the exhibition "Portable Universe: Thought and Splendour of Indigenous Colombia" at the time indicated on your ticket. This ticket is valid for one person for one visit.*

N° commande / Order number : 3168429  
N° billet / Ticket number : 24389675  
Date d'achat / Purchase date : 07/06/2023 09:39

Date  
07-06-2023 10:00

Tarif / Fee  
Gratuité / Free  
Invité

TPS / GST	0.00 \$
TVQ / QTS	0.00 \$
Total	0.00 \$

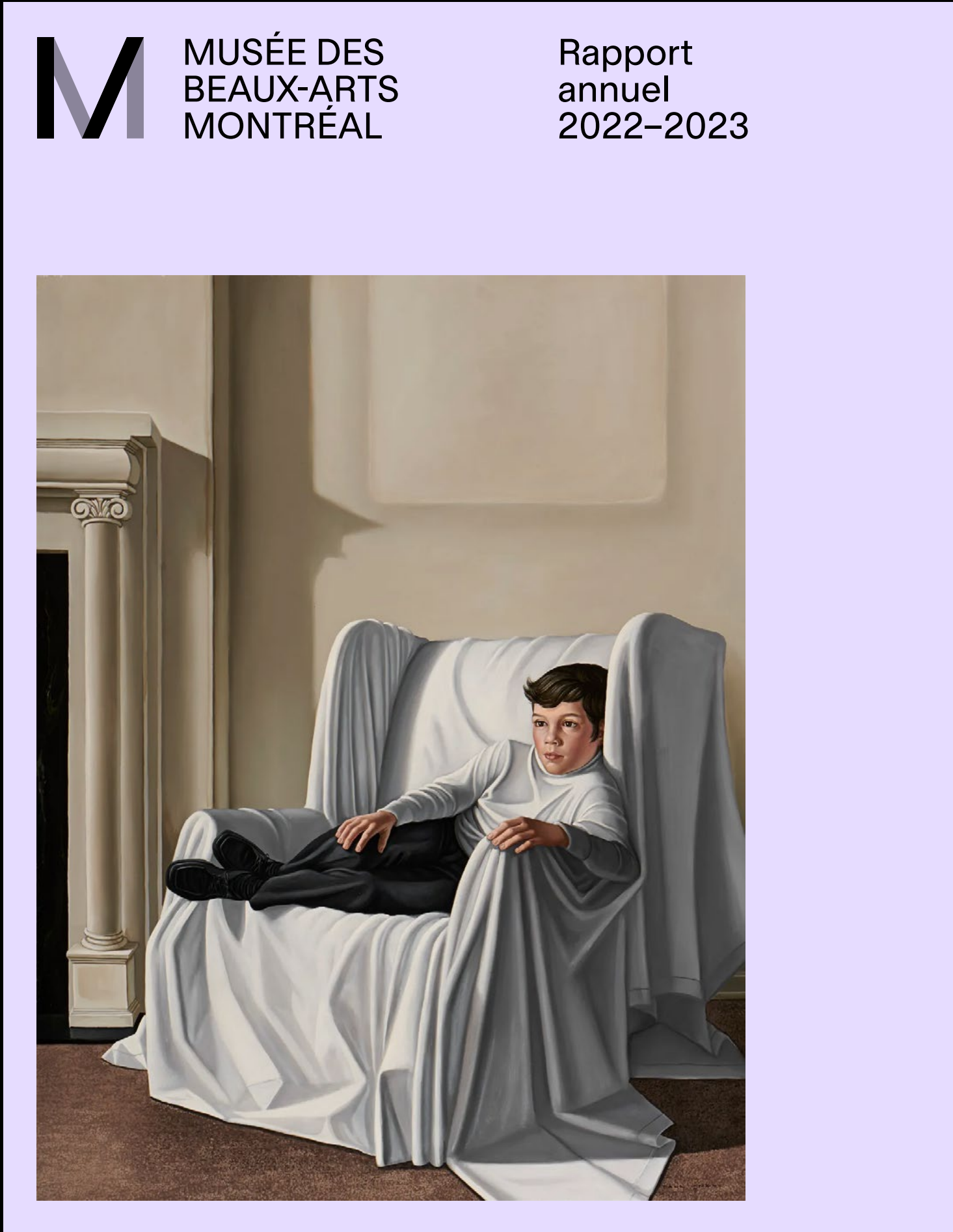


N° commande /  
Order Number  
3168429

N° dossier /  
Account Number  
612431



3.9 BLOC-MARQUE  
AUTRES EXEMPLES





4

COULEUR

## 4.1 TONS NEUTRES

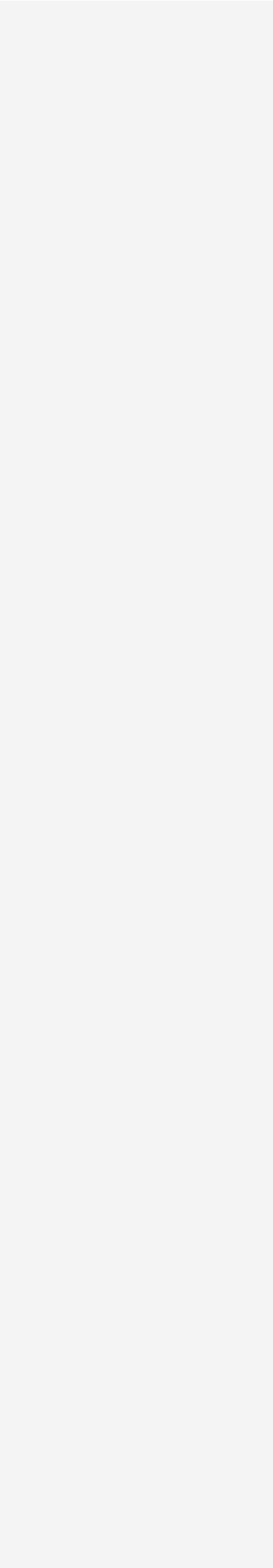
Le noir, le blanc, et le gris souris sont les couleurs les plus utilisées de l’identité.

En cas de doute, utilisez de la typographie noir et gris souris sur un fond blanc.

Les nuances de gris sont utiles pour créer de la hiérarchie entre différents éléments.



BLANC  
# FFFFFF C 0  
R 255 M 0  
G 255 Y 0  
B 255 K 0



GRIS NEIGE  
# F4F4F4 C 0  
R 244 M 0  
G 244 Y 0  
B 244 K 4



GRIS PERLE  
# D2D2D2 C 0  
R 210 M 0  
G 210 Y 0  
B 210 K 20



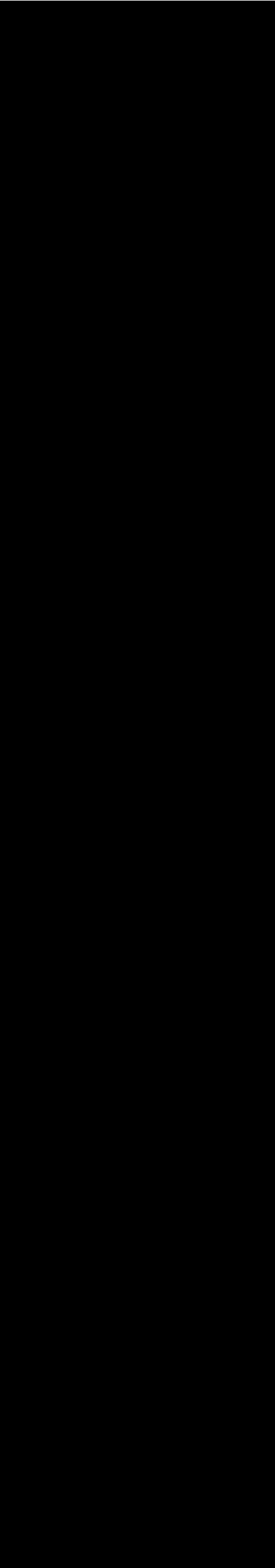
GRIS SOURIS  
# 949494 C 0  
R 148 M 0  
G 148 Y 0  
B 148 K 40



GRIS ACIER  
# 767676 C 0  
R 118 M 0  
G 118 Y 0  
B 118 K 70



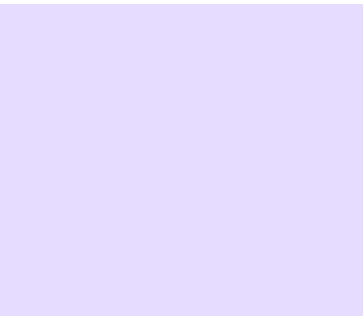
GRIS CHARBON  
# 2D2D2D C 0  
R 45 M 0  
G 45 Y 0  
B 45 K 90



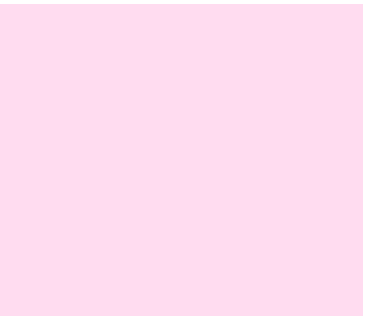
NOIR  
# 000000 C 0  
R 255 M 0  
G 255 Y 0  
B 255 K 100

4.2 PALETTE ÉLARGIE

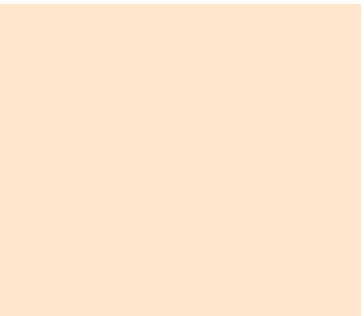
Particulièrement utile pour colorer les arrière-plans, la palette élargie couvre tous les autres besoins de communications de la marque.



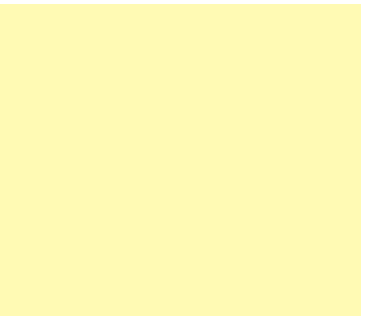
LILAS  
# E6DCFF C 8  
R 230 M 12  
G 220 Y 0  
B 255 K 0



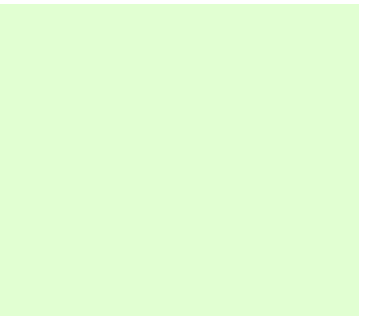
ROSE PASTEL  
# FFDCF0 C 0  
R 255 M 15  
G 220 Y 0  
B 240 K 0



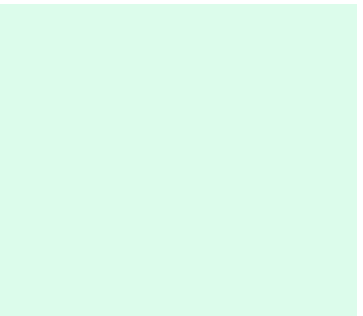
PÊCHE  
# FFE6CD C 0  
R 255 M 10  
G 230 Y 17  
B 205 K 0



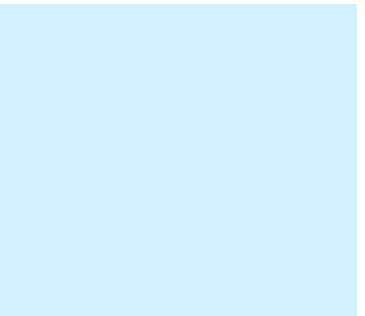
POUSSIN  
# FFFAB4 C 0  
R 255 M 0  
G 250 Y 35  
B 180 K 0



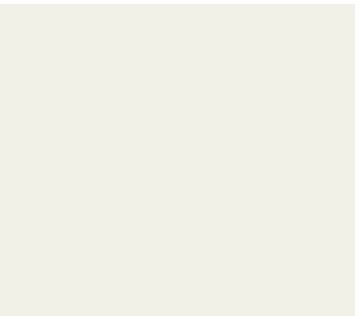
MENTHE  
# E1FFD2 C 8  
R 225 M 0  
G 255 Y 15  
B 210 K 0



BRISE DE MER  
# DCFCEB C 10  
R 220 M 0  
G 252 Y 7  
B 235 K 0



BLEU PASTEL  
# D2F0FF C 15  
R 210 M 0  
G 240 Y 0  
B 255 K 0



ÉCRU  
# F2F1E8 C 0  
R 242 M 0  
G 241 Y 4  
B 232 K 4



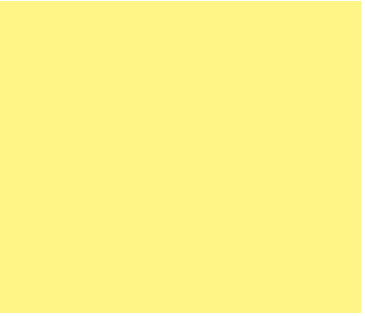
LAVANDE  
# B4B9FF C 25  
R 180 M 20  
G 185 Y 0  
B 255 K 0



BONBON  
# F564B9 C 3  
R 245 M 75  
G 100 Y 0  
B 185 K 0



SAUMON  
# FFC8A0 C 0  
R 255 M 25  
G 200 Y 35  
B 160 K 0



JAUNE CITRON  
# FFF587 C 0  
R 255 M 0  
G 245 Y 55  
B 135 K 0



VERT LIME  
# A5F087 C 30  
R 165 M 0  
G 240 Y 45  
B 135 K 0



AQUA  
# AAF0DC C 30  
R 170 M 0  
G 240 Y 20  
B 220 K 0



BLEU CIEL  
# 78CDFF C 40  
R 120 M 3  
G 205 Y 0  
B 255 K 0



GREIGE  
# C3C5AF C 3  
R 195 M 0  
G 197 Y 18  
B 175 K 24



VIOLET  
# 642D9B C 75  
R 100 M 95  
G 45 Y 0  
B 155 K 0



ROUGE  
# EB3223 C 0  
R 235 M 95  
G 50 Y 100  
B 35 K 0



ORANGE  
# FA781E C 0  
R 250 M 65  
G 120 Y 100  
B 30 K 0



JAUNE  
# FFD200 C 0  
R 255 M 15  
G 210 Y 100  
B 0 K 0



VERT GAZON  
# 14A93E C 85  
R 20 M 0  
G 169 Y 100  
B 62 K 0



TURQUOISE  
# 008269 C 100  
R 0 M 0  
G 30 Y 60  
B 105 K 30



BLEU AZUR  
# 0096EB C 75  
R 0 M 30  
G 150 Y 0  
B 235 K 0



VERT DE GRIS  
# A0AF96 C 15  
R 160 M 0  
G 175 Y 25  
B 150 K 28



PRUNE  
# 642350 C 25  
R 100 M 80  
G 35 Y 5  
B 80 K 60



CHILLI  
# 9B3728 C 0  
R 155 M 80  
G 55 Y 75  
B 40 K 40



CARAMEL  
# 9B5F23 C 0  
R 155 M 45  
G 95 Y 80  
B 35 K 45



OLIVE  
# 828200 C 5  
R 130 M 0  
G 130 Y 100  
B 0 K 55



ÉMERAUDE  
# 0A6E2D C 90  
R 10 M 0  
G 110 Y 100  
B 45 K 45



SARCELLE  
# 005F5F C 100  
R 0 M 0  
G 95 Y 45  
B 95 K 50



BLEU ROYAL  
# 193CA5 C 100  
R 25 M 85  
G 60 Y 0  
B 165 K 0



BRONZE  
# A06C53 C 0  
R 157 M 40  
G 106 Y 45  
B 83 K 45



AUBERGINE  
# 4B0F32 C 55  
R 75 M 100  
G 15 Y 55  
B 50 K 55



CRAMOISI  
# 691E0F C 0  
R 105 M 80  
G 30 Y 75  
B 15 K 70



CHOCOLAT  
# 5A320F C 0  
R 90 M 50  
G 50 Y 75  
B 15 K 75



VERT BOUTEILLE  
# 3C5000 C 35  
R 60 M 0  
G 80 Y 100  
B 0 K 75



VERT FÔRET  
# 003C1E C 100  
R 0 M 0  
G 60 Y 80  
B 30 K 75



BLEU PÉTROLE  
# 003232 C 100  
R 0 M 0  
G 50 Y 40  
B 50 K 80



MARINE  
# 0F2D69 C 100  
R 15 M 90  
G 45 Y 20  
B 105 K 25

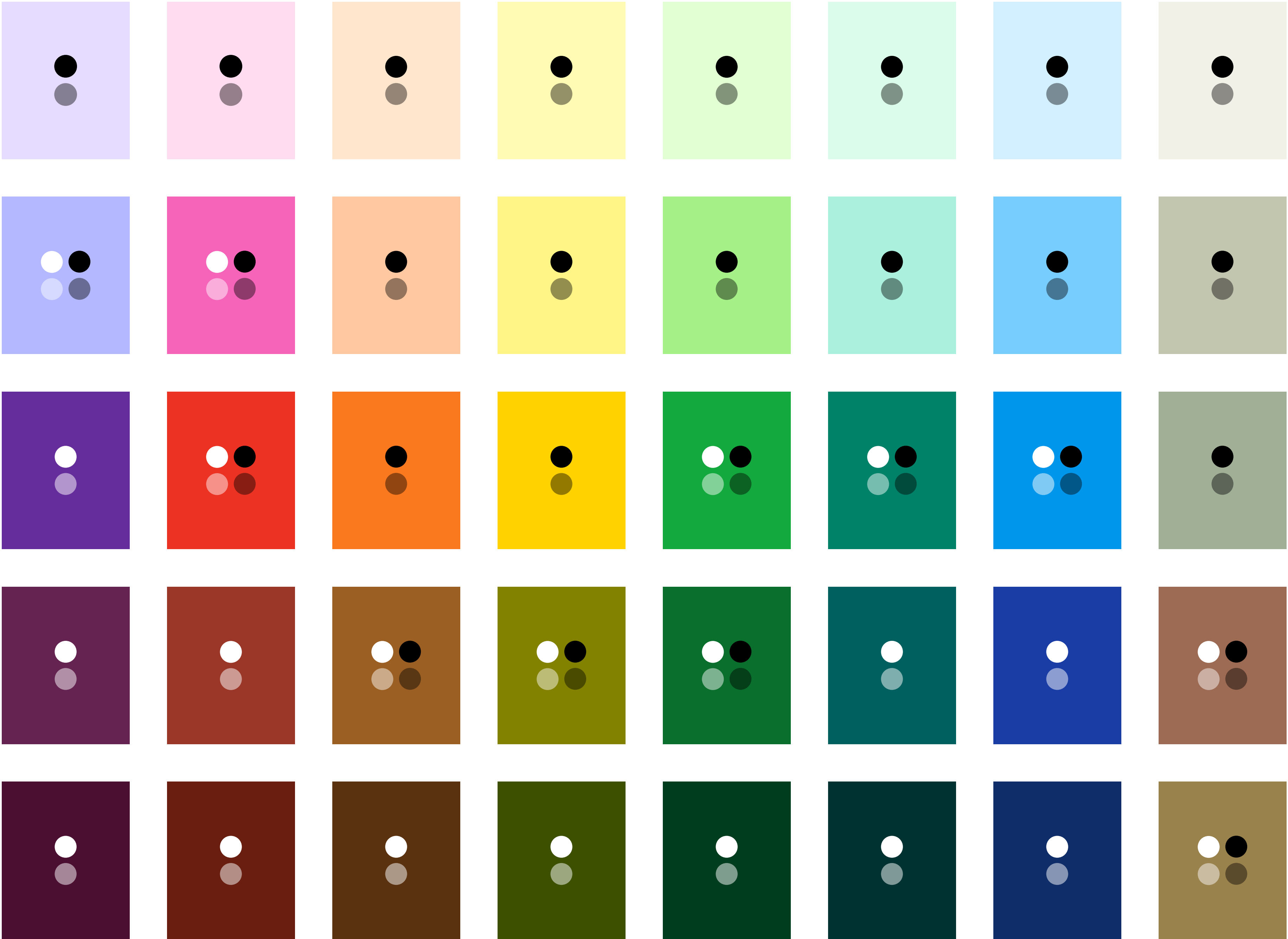


DORÉ  
# 9A824C C 20  
R 154 M 30  
G 130 Y 70  
B 76 K 30

### 4.3 PALETTE ÉLARGIE ET TONS NEUTRES

Le plus souvent, nous utilisons les couleurs de la palette élargie en arrière-plans, et nous y superposons le noir et le blanc, ainsi que des versions à opacité réduite à 40% de ces deux tons neutres.

Assurez-vous qu’il y ait suffisamment de contraste entre les couleurs d’avant-plan et d’arrière-plan. Utilisez les combinaisons suivantes pour vous guider.





#### 4.4 PALETTE ÉLARGIE ET TONS NEUTRES EXEMPLES

Chaque application n'utilise qu'une couleur de la palette élargie (p. 39) en combinaison avec les tons neutres (p. 38).

Observez la manière dont la semi-transparence du noir et du blanc est utile pour ajouter un niveau hiérarchique dans ces compositions.

# CONFÉRENCE LECTURE

# Peggy Davis



# TABLE RONDE PANEL



Errell  
Hubert



Julia  
Burtenshaw



Diana Magaloni



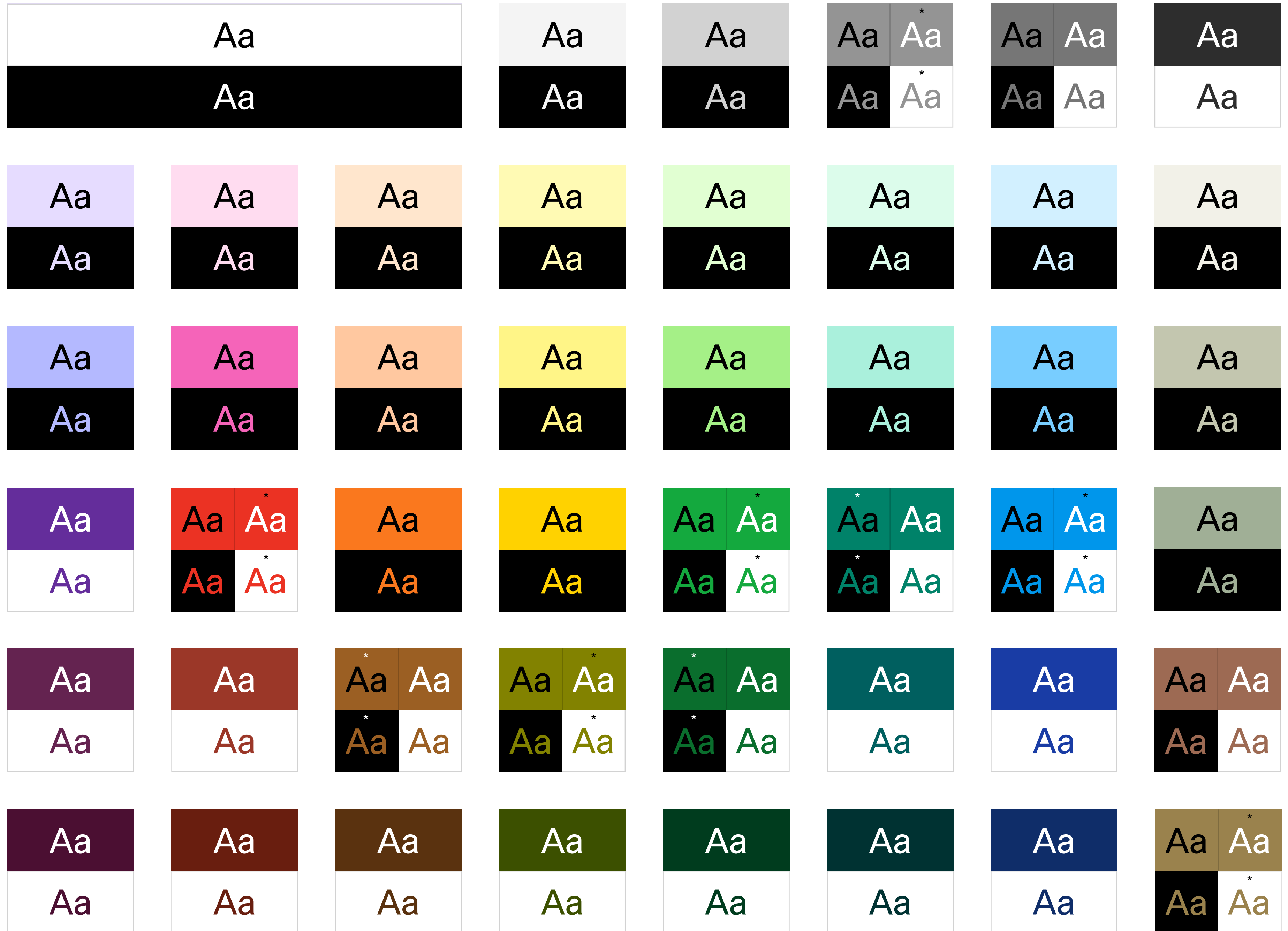


## 4.5 COMBINAISONS ACCESSIBLES

Le contraste des couleurs est crucial pour la lisibilité et l'accessibilité des caractères. Assurez-vous toujours qu'il y ait suffisamment de contraste entre le texte et l'arrière-plan.

Toutes ces combinaisons sont conformes aux normes AA pour une utilisation numérique avec un rapport de contraste d'au moins 4,5:1.

Ceux qui sont marqués d'un astérisque (\*) sont aussi conformes aux normes AA, mais le texte doit faire au moins 18 pt.



5

# TYPOGRAPHIE

## 5.1 POLICE OFFICIELLE

Conçue à Montréal et d'une simplicité raffinée, notre police de caractère officielle s'appelle Habitus MBAM. Particulièrement utilitaire, elle s'agence à une grande variété de contenu sans voler la vedette.

Habitus  
MBAM



## 5.2 HABITUS MBAM EN DÉTAIL

Dessinée par Julien Hébert, Habitus MBAM est inspirée des classiques modernistes. Ses proportions géométriques lui donnent un aspect sympathique et un rythme élégant.

Elle a été optimisée tant pour les gros titres que pour le texte courant.

Pour obtenir une copie de la police, ou si vous avez des questions concernant les licences, veuillez contacter l'équipe de la marque du Musée.

Le style le plus couramment utilisé pour le texte courant est le Regular. Le style Bold peut être utile pour mettre un mot en évidence.

Le style Light est utile pour les très gros titres, leur donnant un côté plus distingué.

HABITUS MBAM

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 & ① ② ③

? # \$ £ @ ✓ ½ © II XI ↓ →

Habitus MBAM Light+*Italic*

Habitus MBAM Regular+*Italic*

Habitus MBAM Medium+*Italic*

Habitus MBAM Bold+*Italic*

### 5.3 POLICE DE REMPLACEMENT

Lorsqu’Habitus MBAM n’est pas disponible, comme dans certains logiciels de traitement de texte ou de messagerie, la police Instrument Sans devrait être utilisée comme police de remplacement.

Pour télécharger la police gratuitement, rendez-vous à l’adresse suivante :

[fonts.google.com/specimen/  
Instrument+Sans](https://fonts.google.com/specimen/Instrument+Sans)

En dernier recours, lorsqu’Instrument Sans n’est pas disponible, Arial pourra prendre le relais.

Instrument Sans Regular + *Italic*  
Instrument Sans Medium + *Italic*  
Instrument Sans SemiBold + *Italic*  
Instrument Sans Bold + *Italic*

## 5.4 POLICES INUKTITUT

Pour les textes composés en inuktitut, utilisez Ilisarniq, une police libre de droits dessinée à Montréal par Étienne Aubert Bonn.

Nous recommandons de formater en Habitus MBAM tous les chiffres et les lettres latines qui se retrouvent dans les textes en inuktitut.

Pour télécharger la police gratuitement,  
rendez-vous à l'adresse suivante :  
[coppersandbrasses.com/typefaces/  
ilisarniq](http://coppersandbrasses.com/typefaces/ilisarniq)

Plus ancien musée d'art au Canada, fondé en 1860, le Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM) figure parmi les grands musées d'Amérique du Nord. Sa collection donne à découvrir le patrimoine québécois et canadien et l'art international, dans une perspective critique et interculturelle.

Habitat MBAM Regular

[illegible]



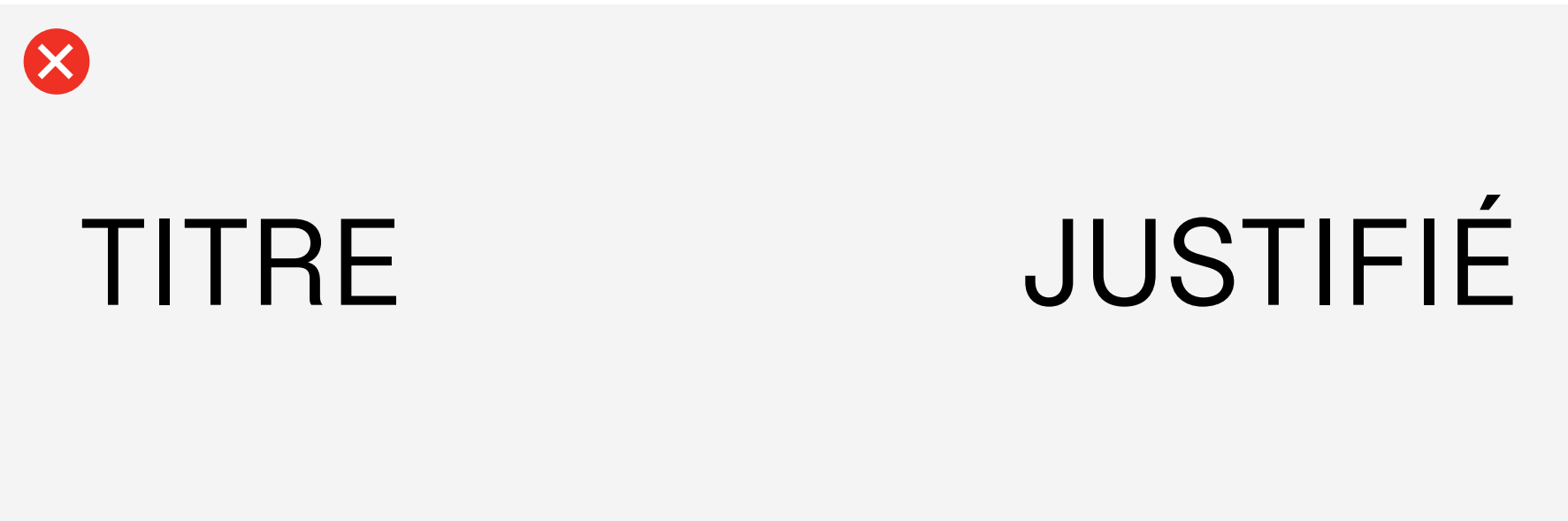
## 5.5 ALIGNEMENT DES PARAGRAPHES

La plupart du temps, les titres et les textes courants sont alignés à gauche.

N’alignez jamais à droite et ne justifiez jamais la typographie.



TITRE ALIGNÉ À GAUCHE : l’alignement par défaut pour les titres



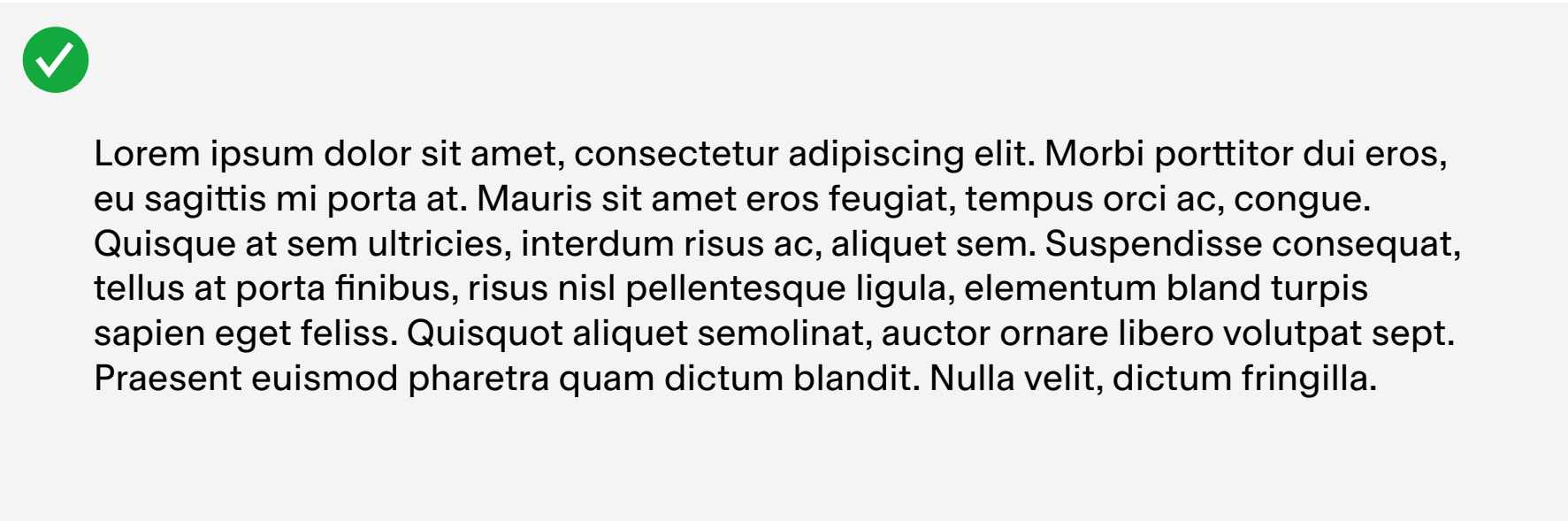
TITRE JUSTIFIÉ : Jamais



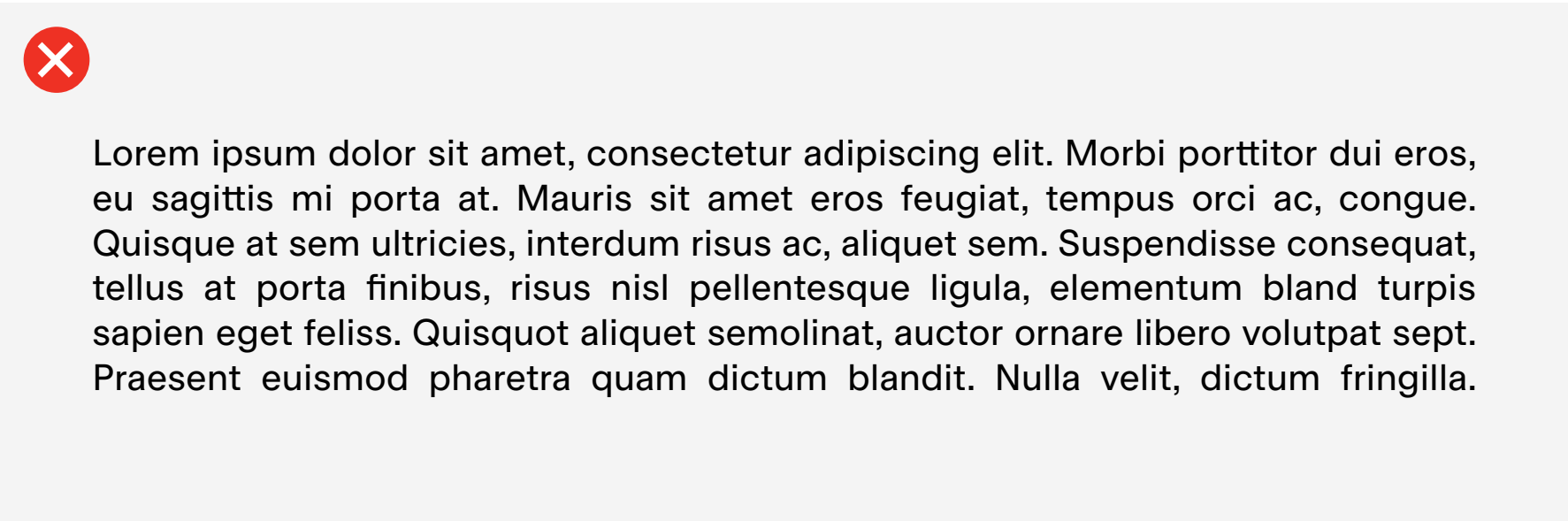
TITRE CENTRÉ : Rarement



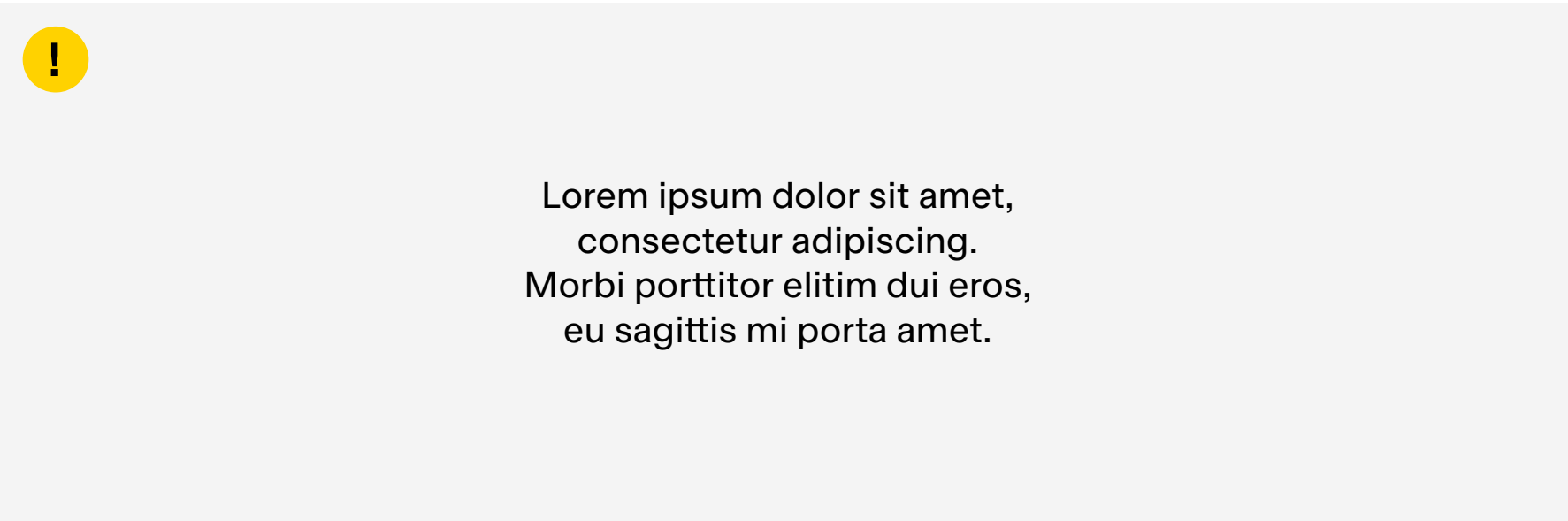
TITRE ALIGNÉ À DROITE : Jamais



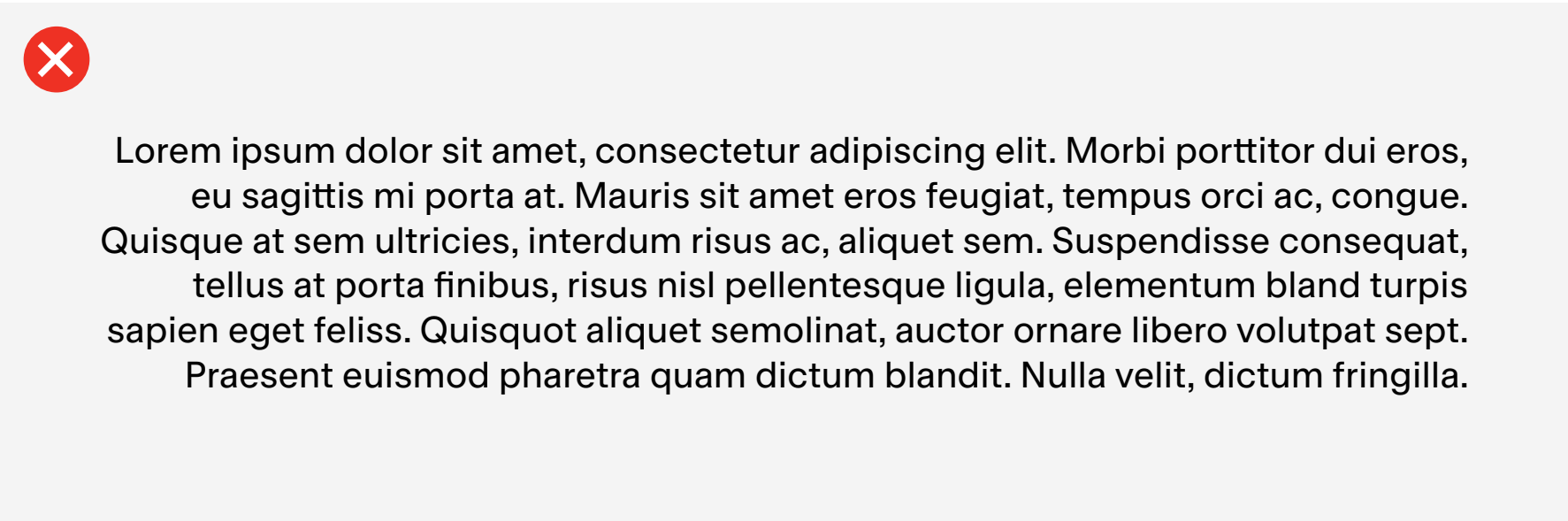
TEXTE ALIGNÉ À GAUCHE : l’alignement par défaut pour les textes courants



TEXTE JUSTIFIÉ : Jamais



TEXTE CENTRÉ : seuls les paragraphes 5 lignes et moins peuvent être centrés.



TEXTE ALIGNÉ À DROITE : Jamais

## 5.6 INTERLIGNAGE

Plus le texte est gros et plus l’interlignage doit être serré.

Titre  
Interlignage entre 100% et 120% de la taille du texte

Gros texte courant – entre 16 et 50 pt  
Interlignage entre 115% et 125% de la taille du texte

Petit texte courant – Sous 16 pt  
Interlignage entre 125% et 135% de la taille du texte



35 pt / 35 pt

L’INTERLIGNAGE  
DE CE TITRE  
EST JUSTE PARFAIT

24 pt / 28 pt

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consect vedriam consectetur  
adipiscing intus elit, dolor  
eiusmod tempor incidunt ut  
labor et dolore.

15 pt / 19.5 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi porttitor dui eros, eu sagit mi porta. Mauris sit amet eros fal, tempus orci ac, congue. Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum. Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget. Duis scelerisque mieget gravida convallis. Cras consectetur nulla int lobortis commodo. Aliquam tortor felis, semper vitae lobortis eget, cursus sed dui. Nunc vestibulum, nisi eu rutrum mollis, libero nunc congue mauris, placerat euismod ex libero eget.

8 pt / 10 pt

Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum. Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget.

L’interlignage des paragraphes est parfait.



35 pt / 45 pt

L’INTERLIGNAGE  
DE CE TITRE  
EST TROP GÉNÉREUX

24 pt / 34 pt

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consect vedriam consectetur  
adipiscing intus elit, dolor  
eiusmod tempor incidunt ut  
labor et dolore.

15 pt / 22 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi porttitor dui eros, eu sagit mi porta. Mauris sit amet eros fal, tempus orci ac, congue. Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum. Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget. Duis scelerisque mieget gravida convallis. Cras consectetur nulla int lobortis commodo. Aliquam tortor felis, semper vitae lobortis eget, cursus sed dui. Nunc vestibulum, nisi eu rutrum mollis, libero nunc congue mauris, placerat euismod ex libero eget.

8 pt / 12 pt

Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum. Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget.

L’interlignage des paragraphes est trop généreux.



## 5.7 INTERLETTAGE

Plus le texte est gros et plus l’interlettrage doit être serré. À l’inverse, un paragraphe de texte plus petit bénéficie d’un interlettrage plus généreux, aidant à la lisibilité.

Titres  
Interlettrage de 0 à -30

Gros texte courant – entre 16 et 50 pt  
Interlettrage à 0

Texte courant standard – entre 8 et 16 pt  
Interlettrage à 10

Petit texte courant – Sous 8 pt  
Interlettrage à 20



Interlettrage : -10

L’INTERLETTAGE  
DE CE TITRE  
EST JUSTE PARFAIT

Interlettrage : 0

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consect vedriam consectetur  
adipiscing intus elit, dolor  
eiusmod tempor incidunt ut  
labor et dolore.

Interlettrage : 10

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi porttitor dui eros, eu sagit mi porta. Mauris sit amet eros fal, tempus orci ac, congue. Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum. Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget. Duis scelerisque mieget gravida convallis. Cras consectetur nulla int lobortis commodo. Aliquam tortor felis, semper vitae lobortis eget, cursus sed dui. Nunc vestibulum, nisi eu rutrum mollis, libero nunc congue mauris, placerat euismod ex libero eget.

Interlettrage : 20

Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum. Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget.



Interlettrage : 20  
Trop généreux

L’INTERLETTAGE  
DE CE TITRE  
EST JUSTE PARFAIT

Interlettrage : 25  
Trop généreux

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consect vedriam consectetur  
adipiscing intus elit, dolor  
eiusmod tempor incidunt ut  
labor et dolore.

Interlettrage : -20  
Trop serré

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi porttitor dui eros, eu sagit mi porta. Mauris sit amet eros fal, tempus orci ac, congue. Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum. Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget. Duis scelerisque mieget gravida convallis. Cras consectetur nulla int lobortis commodo. Aliquam tortor felis, semper vitae lobortis eget, cursus sed dui. Nunc vestibulum, nisi eu rutrum mollis, libero nunc congue mauris, placerat euismod ex libero eget.

Interlettrage : 0  
Trop serré

Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum. Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget.

## 5.8 LONGUEUR DES LIGNES

La longueur des lignes joue un rôle important dans la lisibilité des textes courants. Évitez les lignes trop longues ou trop courtes.

Visez une longueur optimale de 45 à 75 caractères.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi porttitor dui eros, eu sagit mi porta. Mauris sit amet eros fal, tempus orci ac, congue. Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum. Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget. Duis scelerisque mieget gravida convallis. Cras consectetur nulla int lobortis commodo. Aliquam tortor felis, semper vitae lobortis eget, cursus sed dui. Nunc vestibulum, nisi eu rutrum mollis, libero nunc congue mauris, placerat euismod ex libero eget.

Lignes de longueur appropriée



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbital porttitor dui eros, eu sagit mi porta. Mauris sit amet eros fal, tempus orci ac, congue. Quisque acta ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum.Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget. Duis scelerisque mieget gravida convallis. Cras consectetur nulla lobortis commodo. Aliquam tortor felis, semper vitae lobortis eget, cursus sed dui. Nunc vestibulum, nisi eu rutrum mollis, libero nunc congue mauris, placerat euismod ex libero eget.

Lignes de longueur appropriée



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi porttitor dui eros, eu sagit mi porta. Mauris sit amet eros fal, tempus orci ac, congue. Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum.Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at vel quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget. Duis scelerisque mieget gravida convallis. Cras consectetur nulla int lobortis commodo. Aliquam tortor felis, semper vitae lobortis eget, cursus sed dui. Nunc vestibulum, nisi eu rutrum mollis, libero.

Lignes trop courtes



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi porttitor dui eros, eu sagit mi porta. Mauris sit amet eros fal, tempus orci ac, congue. Quisque at ultricies, interdum risus, aliquet. Suspendisse consequat, tellus at porta finibust risus nisl pellentesque ligula est elementum.Proin eu eros nec lorem tempor tincidunt at veli quam. Quisque consequat nisi nibh, eu interdum justo finibus eget. Duis scele risque mieget gravida convallis. Cras consectetur nulla que inta lobortis commodo. Aliquam tortor felis, semper vitae lobortis eget, cursus sed dui. Nunc vestibulum, nisi eu rutrum mollis, libero nunc congue que mauris, placerat euismod ex libero eget.

Lignes trop longues



5.9 CAPITALISATION

La plupart des titres devraient être formatés en capitales, créant des blocs réguliers et francs.

Pour certains titres plus longs, il est préférable d'utiliser la casse de la phrase (première lettre en majuscule et le reste en minuscule) pour assurer une lecture agréable.

Laissez-vous guider par ces normes:

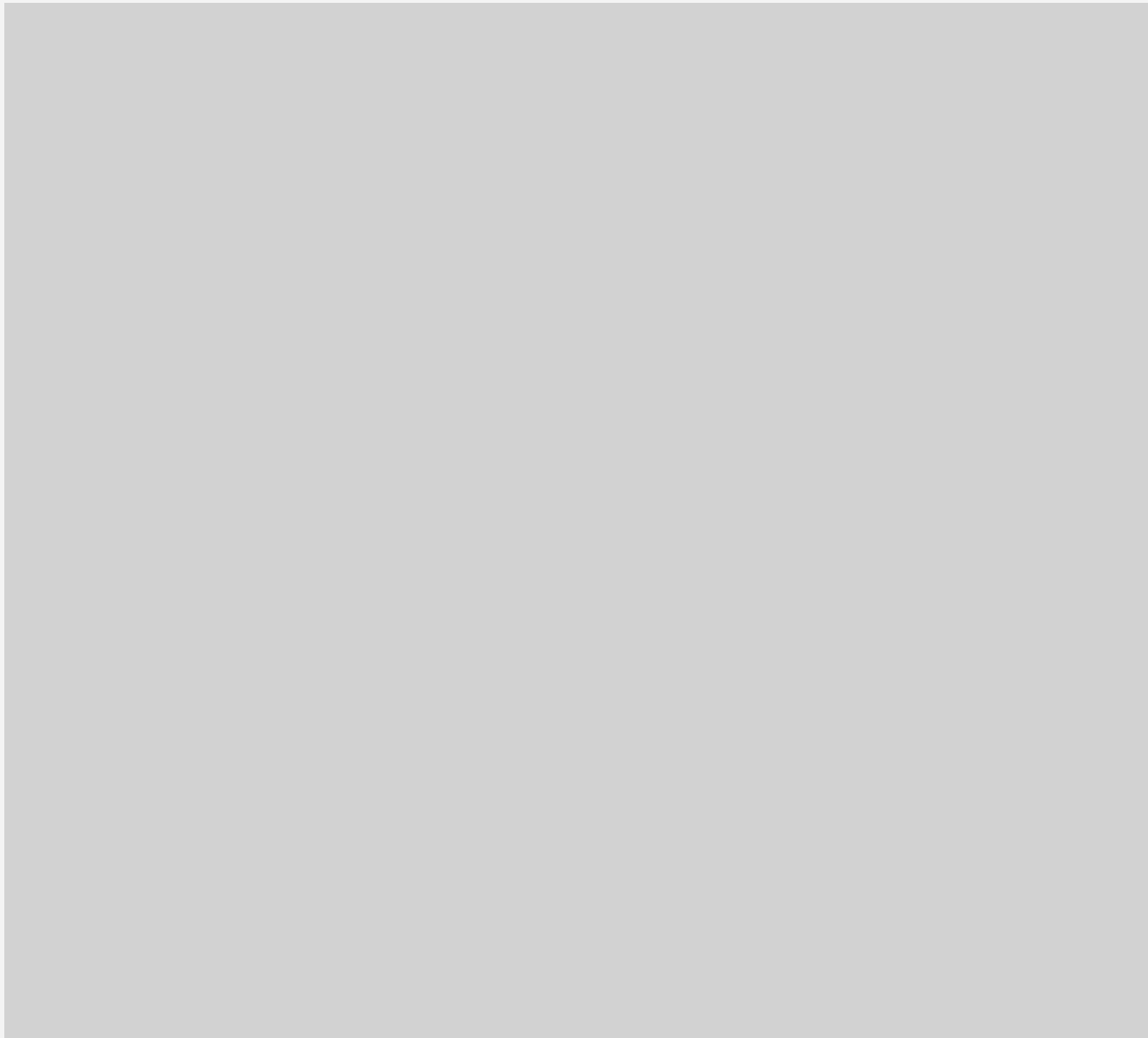
Grands Titres  
Habituellement : CAPITALES  
Exceptionnellement : Casse de la phrase

Sous-titres de moins de 10 mots  
Habituellement : CAPITALES  
Exceptionnellement : Casse de la phrase

Sous-titres de plus de 10 mots  
Casse de la phrase

Texte courant  
Casse de la phrase

LE CLAN DU LOUP  
DEMPSEY BOB



MUSÉE DES BEAUX-ARTS  
DE MONTRÉAL

4 SEPTEMBRE –  
1 DÉCEMBRE 2019

MESSAGE DU  
DIRECTEUR GÉNÉRAL

**Le tourisme international a repris, les restaurants accueillent à nouveau leur clientèle en terrasse ou en salle. C’est le retour à la normale! Mais l’est-ce vraiment?**

Au Musée des beaux-arts de Montréal, nous le constatons par les niveaux de fréquentation, les profils des visiteurs, des visiteuses et des membres, les préférences ou les souhaits formulés. Nous assistons à quelque chose comme un mouvement des plaques tectoniques sociales, un changement de paradigme dans le rôle et les modalités d’être du Musée. C’est un défi historique que de comprendre ce changement et de faire en sorte que nous puissions relancer le Musée des beaux-arts de Montréal dans la direction de l’avenir, d’assurer sa viabilité financière et sa pertinence sociale dans un monde en mutation.

UNE VISION STRATÉGIQUE RESPONSABLE  
Et c’est bien à cet exercice capital que s’est attelée l’équipe du Musée en déposant, le 31 mars dernier, le tout premier plan stratégique du MBAM.

Il a été mené de concert avec le comité de direction, le personnel du Musée et les membres de son conseil d’administration, et en consultation avec des groupes externes clés : des Membres du MBAM, des donateurs et donatrices, des représentants et représentantes d’organismes communautaires et artistiques, ainsi que des artistes. Nous souhaitons obtenir une perspective à 360 degrés des actions du Musée qui ont établi

sa réputation, sa pertinence pour la société, qui l’ont fait rayonner ici et à l’étranger ; comme nous souhaitons valider notre vision et les axes de développement auprès de ces parties prenantes. Car le MBAM a été bâti par la générosité des Montréalais et des Montréalaises. Il a connu un essor remarquable grâce à l’appui de l’ensemble de l’« écosystème » dans lequel il s’insère : les personnes autant que les établissements et les organismes dont la vitalité, les idées et l’ambition colorent notre ville. Nous estimons que c’est ce même écosystème qui continuera de le porter.

Ces consultations ont été l’occasion pour moi et l’ensemble du comité de direction d’entendre de vibrants témoignages sur la portée du Musée, son importance pour de nombreux publics et son pouvoir transformateur.

Je remercie vivement le personnel du MBAM, le conseil d’administration et toutes les personnes sollicitées d’avoir accepté l’invitation. Ce premier plan stratégique est une œuvre collective. Rassembleur, ambitieux, responsable, il saura, nous le croyons, répondre aux attentes de nos publics, de nos partenaires et de nos bailleurs de fonds.

Il est opportun de constater que ce plan a été lancé alors que soufflait aussi un vent de renouveau chez nos deux partenaires immédiats, la Salle Bourgie et le Cinéma du Musée. Je souhaite la bienvenue à Caroline Louis et à Olivier Godin, respectivement directrice générale et directeur artistique de la Salle Bourgie, ainsi qu’à Roxanne Sayegh, directrice du Cinéma du Musée. Je suis enchanté de poursuivre notre heureuse collaboration avec eux, et d’œuvrer pour un arrimage encore plus serré de nos programmations respectives.

## 5.10 HIÉRARCHIE TYPOGRAPHIQUE

Dans le but de garder les compositions simples, n'utilisez pas plus de 3 tailles typographiques dans une même pièce de communication.

L'utilisation du gris est utile pour ajouter un niveau hiérarchique sans changer la taille ou la graisse d'un élément.

Lorsque vous utilisez plus d'une taille typographique, veillez à avoir suffisamment de contraste entre elles.

Voici quelques exemples de bonne gestion typographique.

Titre  
Text

Regular  
Regular

46 pt / 48 pt  
24 pt / 30 pt

Interlettrage: -10  
Interlettrage: 0

Noir  
Noir

Une collection  
qui reflète la diversité  
des arts autochtones

En plus d'affirmer la présence autochtone cosmopolite et d'honorer les protocoles culturels, le Musée des beaux-arts de Montréal et la Salle Bourgie s'engagent à devenir des lieux qui privilégient la réconciliation entre peuples autochtones et allochtones, de même que la mise en valeur des pratiques esthétiques, musicales et cérémonielles autochtones. Nous souhaitons contribuer au rapprochement des communautés montréalaises par une programmation où s'illustrent les arts visuels, la musique, la performance et le cinéma, ainsi que par des rencontres et des activités de médiation culturelles.

Titre  
Sous-titres

Regular  
Regular

46 pt / 48 pt  
46 pt / 48 pt

Interlettrage: -10  
Interlettrage: -10

Noir  
Gris Souris

VIVEZ L'ART À VOLONTÉ  
GRÂCE À L'EXPÉRIENCE  
MEMBRE

Intertitre  
Texte

Bold  
Regular

20pt / 26pt  
20pt / 26pt

Interlettrage: 10  
Interlettrage: 10

Noir  
Noir

**Consultation d'archives**  
Alex Raunteau  
[araunteau@mbamtl.org](mailto:araunteau@mbamtl.org)

**Acquisitions d'œuvres d'art**  
Charlie Rassard  
[crassard@mbamtl.org](mailto:crassard@mbamtl.org)

**Prêts d'œuvres**  
Dominique Angessac  
[dangessac@mbamtl.org](mailto:dangessac@mbamtl.org)



## 5.11 PROPORTION ENTRE LA SIGNATURE ET LA TYPOGRAPHIE

Pour maintenir des proportions harmonieuses, suivez ces règles lorsque la signature et un autre élément typographique cohabitent dans une composition :

**Option 1**  
La typographie est de la même taille que la signature.

**Option 2**  
La typographie est au moins 40% plus grosse ou plus petite que la signature.

Si la signature n’est pas de la même taille que les autres blocs typographiques, veillez à avoir suffisamment de contraste en ceux-ci.

Pour faciliter l’agencement des tailles typographiques, composer la signature en texte éditable en suivant les indications suivantes :

Police : Habitus MBAM Regular  
Alignement du paragraphe : Gauche  
Interlignage : 106.5% de la taille du texte  
Interlettrage : 0  
Crénage : Métrique



La typographie est de la même taille que la signature.



La typographie est nettement plus grande que la signature.



L'écart entre la taille de la signature et de la typographie n'est pas suffisant.



L'écart entre la taille de la signature et de la typographie n'est pas suffisant.

## 5.12 TYPOGRAPHIE ET COULEUR

Dans la plupart des applications, le texte courant devrait être noir sur un fond blanc ou pastel. C’est aussi possible d’utiliser les tons neutres pour créer de la hiérarchie d’information.

Pour donner l’effet de semi-transparence à la typographie grise disposée sur un arrière-plan coloré, appliquez le mode de fusion «Produit» pour la typographie sur fond pâle, ou le mode «Superposition» à celle sur fond foncé.

Il est permis de colorer les titres, ou certains mots sur lesquels nous souhaitons mettre l’accent.

Assurez-vous qu’il y ait suffisamment de contraste entre la couleur d’un titre et son arrière-plan.

Ne jamais colorer un paragraphe de texte courant complet

Ne jamais placer de typographie colorée sur un fond coloré.



### INITIATIVES AUTOCHTONES

En plus d’affirmer la présence autochtone cosmopolite et d’honorer les protocoles culturels, le Musée des beaux-arts de Montréal et la Salle Bourgie s’engagent à devenir des lieux qui privilégient la réconciliation entre peuples autochtones et allochtones, de même que la mise en valeur des pratiques esthétiques, musicales et cérémonielles autochtones.

Texte neutre sur fond neutre



### INITIATIVES AUTOCHTONES

En plus d’affirmer la présence autochtone cosmopolite et d’honorer les protocoles culturels, le Musée des beaux-arts de Montréal et la Salle Bourgie s’engagent à devenir des lieux qui privilégient la réconciliation entre peuples autochtones et allochtones, de même que la mise en valeur des pratiques esthétiques, musicales et cérémonielles autochtones.

Ne jamais colorer le texte courant.



### INITIATIVES AUTOCHTONES

En plus d’affirmer la présence autochtone cosmopolite et d’honorer les protocoles culturels, le Musée des beaux-arts de Montréal et la Salle Bourgie s’engagent à devenir des lieux qui privilégient la réconciliation entre peuples autochtones et allochtones, de même que la mise en valeur des pratiques esthétiques, musicales et cérémonielles autochtones.

Titre coloré sur fond neutre



### INITIATIVES AUTOCHTONES

En plus d’affirmer la présence autochtone cosmopolite et d’honorer les protocoles culturels, le Musée des beaux-arts de Montréal et la Salle Bourgie s’engagent à devenir des lieux qui privilégient la réconciliation entre peuples autochtones et allochtones, de même que la mise en valeur des pratiques esthétiques, musicales et cérémonielles autochtones.

Assurer vous qu’il y ait suffisamment de contraste entre la couleur d’un titre et son arrière-plan.



### INITIATIVES AUTOCHTONES

En plus d’affirmer la présence autochtone cosmopolite et d’honorer les protocoles culturels, le Musée des beaux-arts de Montréal et la Salle Bourgie s’engagent à devenir des lieux qui privilégient la réconciliation entre peuples autochtones et allochtones, de même que la mise en valeur des pratiques esthétiques, musicales et cérémonielles autochtones.

Texte neutre sur fond coloré



### INITIATIVES AUTOCHTONES

En plus d’affirmer la présence autochtone cosmopolite et d’honorer les protocoles culturels, le Musée des beaux-arts de Montréal et la Salle Bourgie s’engagent à devenir des lieux qui privilégient la réconciliation entre peuples autochtones et allochtones, de même que la mise en valeur des pratiques esthétiques, musicales et cérémonielles autochtones.

Ne jamais placer de typographie colorée sur un fond coloré.

6

# PHOTOGRAPHIE



# 6.1 SÉLECTION DES IMAGES

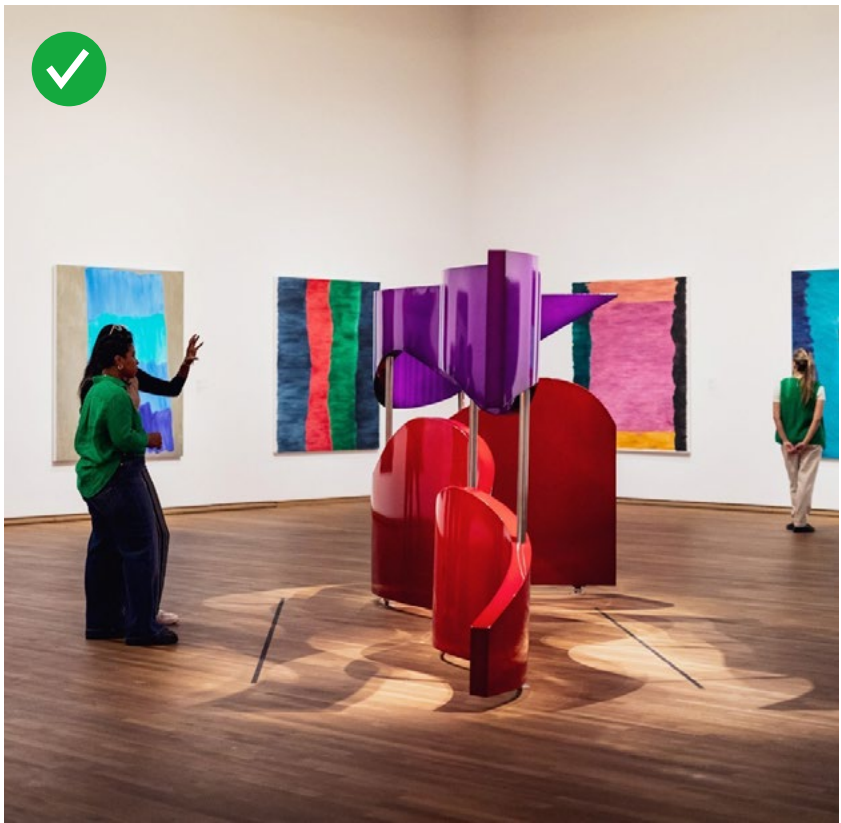
Le soin et le savoir-faire que nous apportons à notre sélection d’images démontrent notre engagement envers une communication de premier ordre.

Notre imagerie doit refléter notre vision de devenir un lieu de vie et d’échanges accueillant où l’art et sa présentation actuelle et audacieuse permettent à tous les publics de se rencontrer.

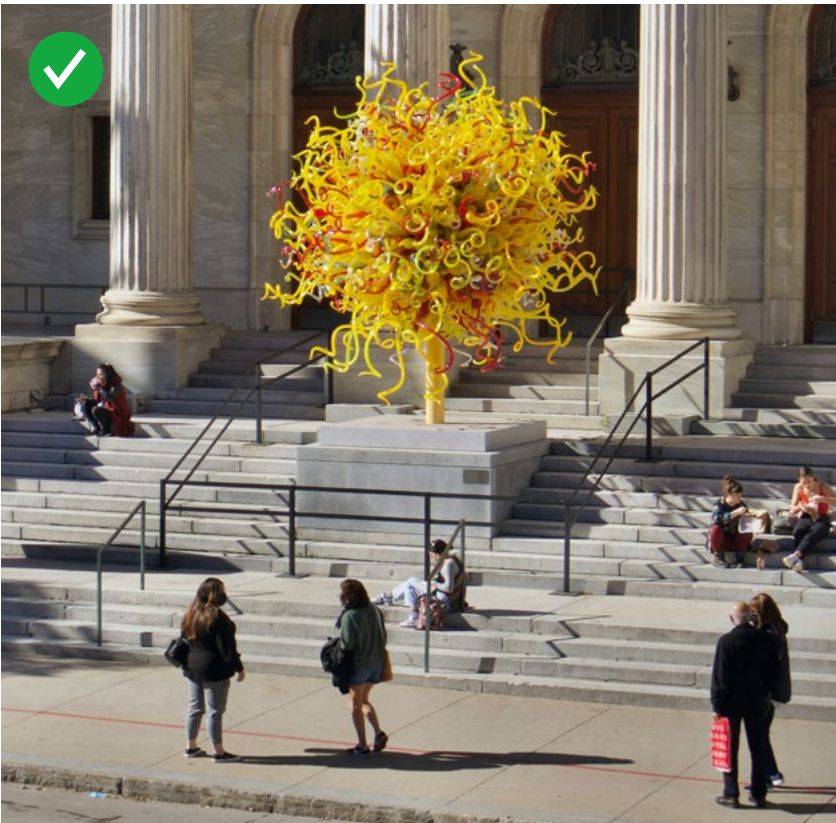
Elle doit également être esthétiquement soignée, claire et engageante.

Pour ce faire, suivez ces quelques indications :  
(suite aux pages suivantes)

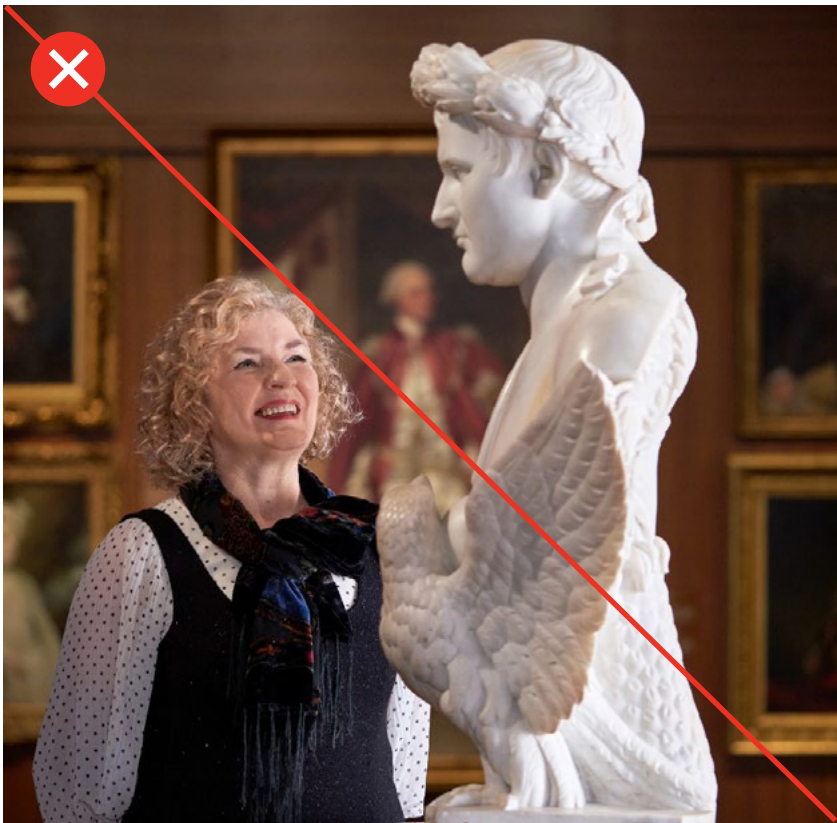
- 1. Évitez les mises en situation évidentes où les visiteurs manquent de naturel en pointant les œuvres ou en souriant sans raison apparente. Lorsque possible, capturez les visiteurs sur le vif, ou portez une attention particulière au naturel des modèles.
- 2. Lorsque vous documentez les vernissages et les expositions pour les communications, montrez des visiteurs et des artistes engagés. Les salles vides communiquent peu sur le travail, les artistes ou les visiteurs du Musée.
- 3. Évitez les compositions surchargées. Mettez plutôt en valeur le sujet en gardant la composition simple. Sélectionnez des photos qui incluent un espace vide, dirigeant notre regard vers le point focal de l’image.



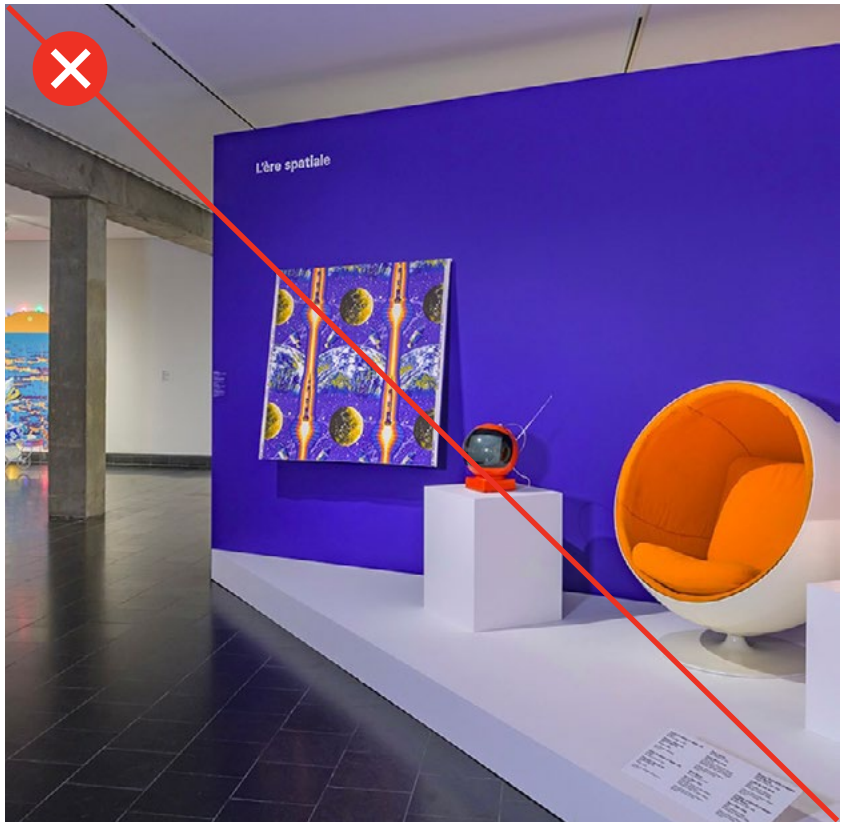
1. Les visiteurs semblent pris sur le vif, leurs poses sont naturelles.



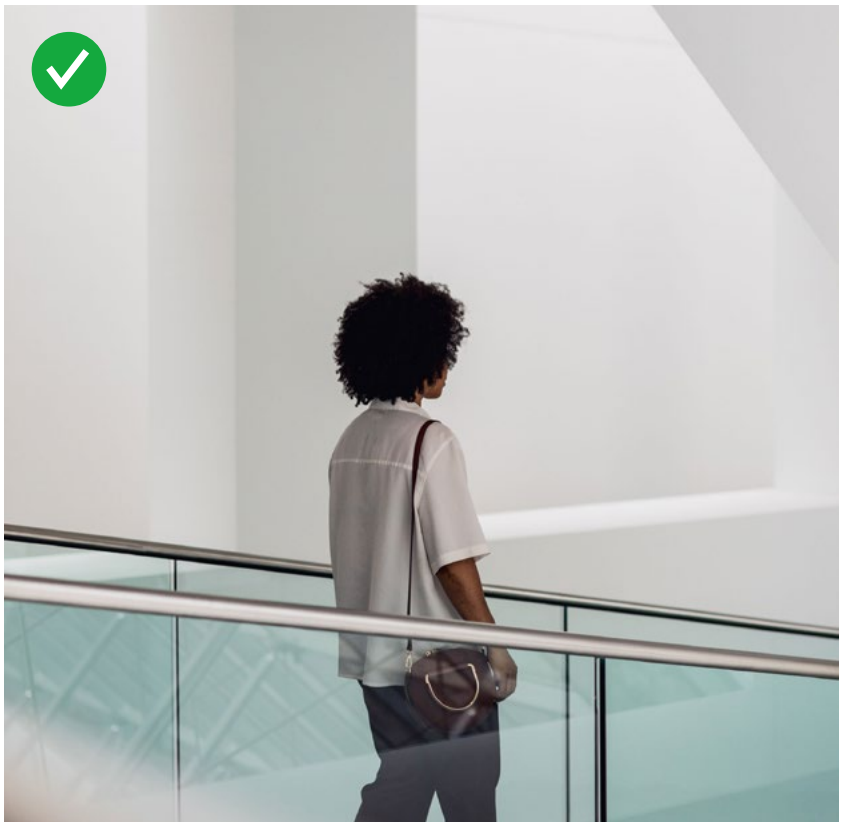
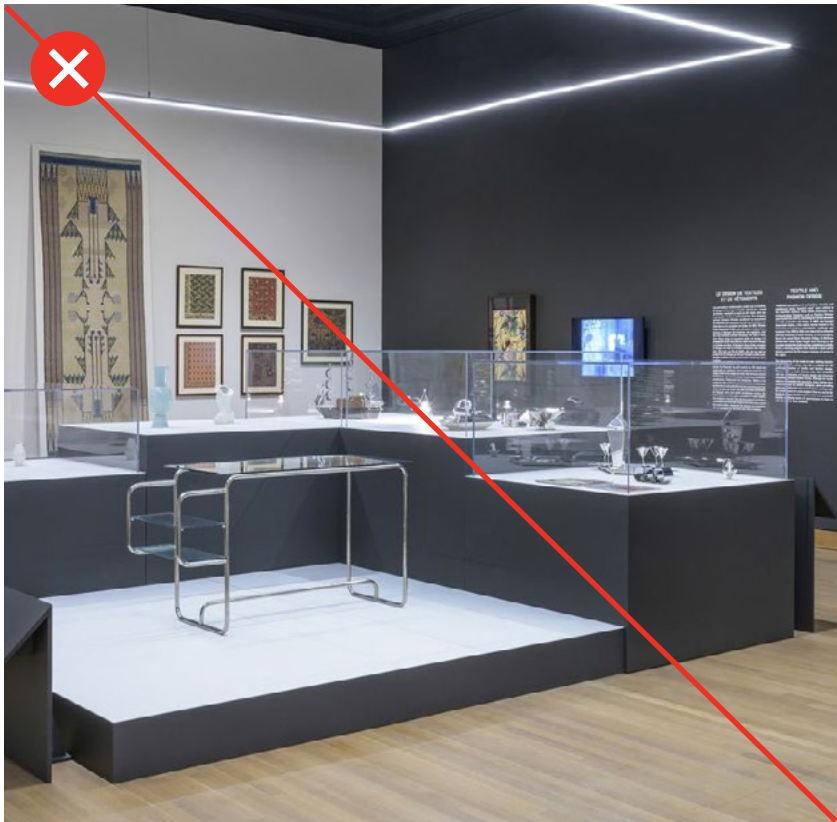
1. Évitez les mises en situation évidentes où les visiteurs manquent de naturel.



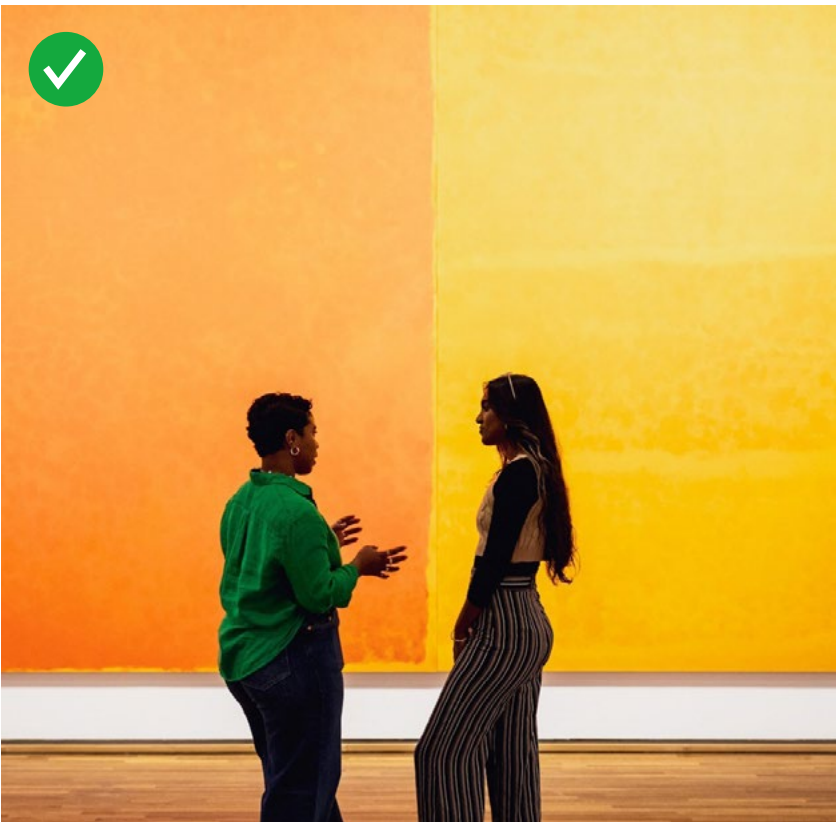
2. Des visiteurs sont présents dans les salles d'expositions.



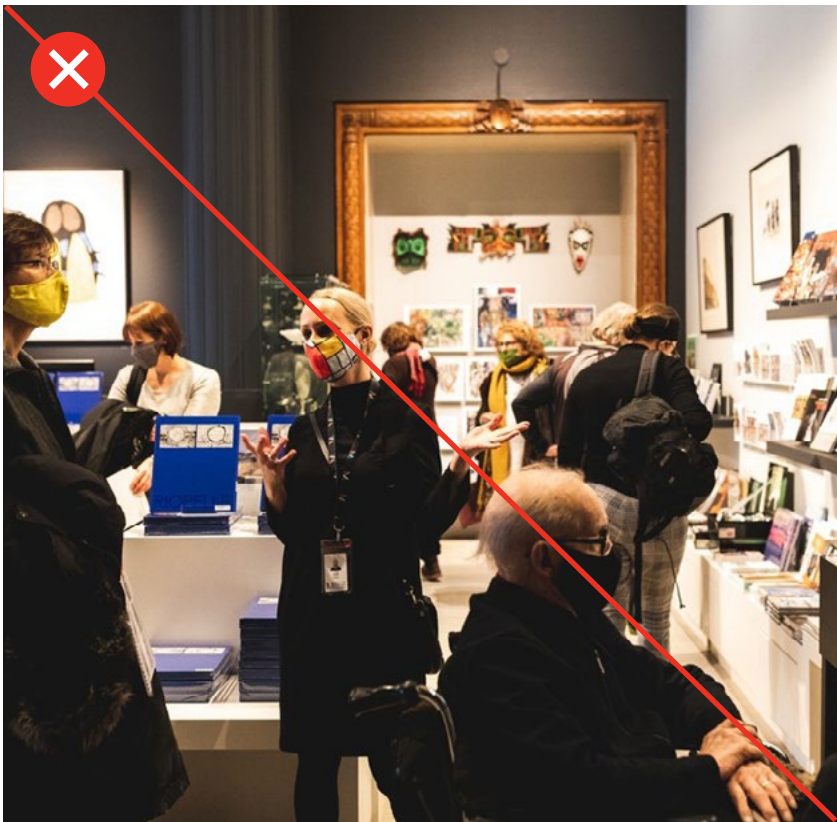
2. Lorsque possible, éviter d'utiliser des plans larges de salles d'exposition vides.



3. Les compositions simples et l'espace vide dirige notre regard vers les sujets.



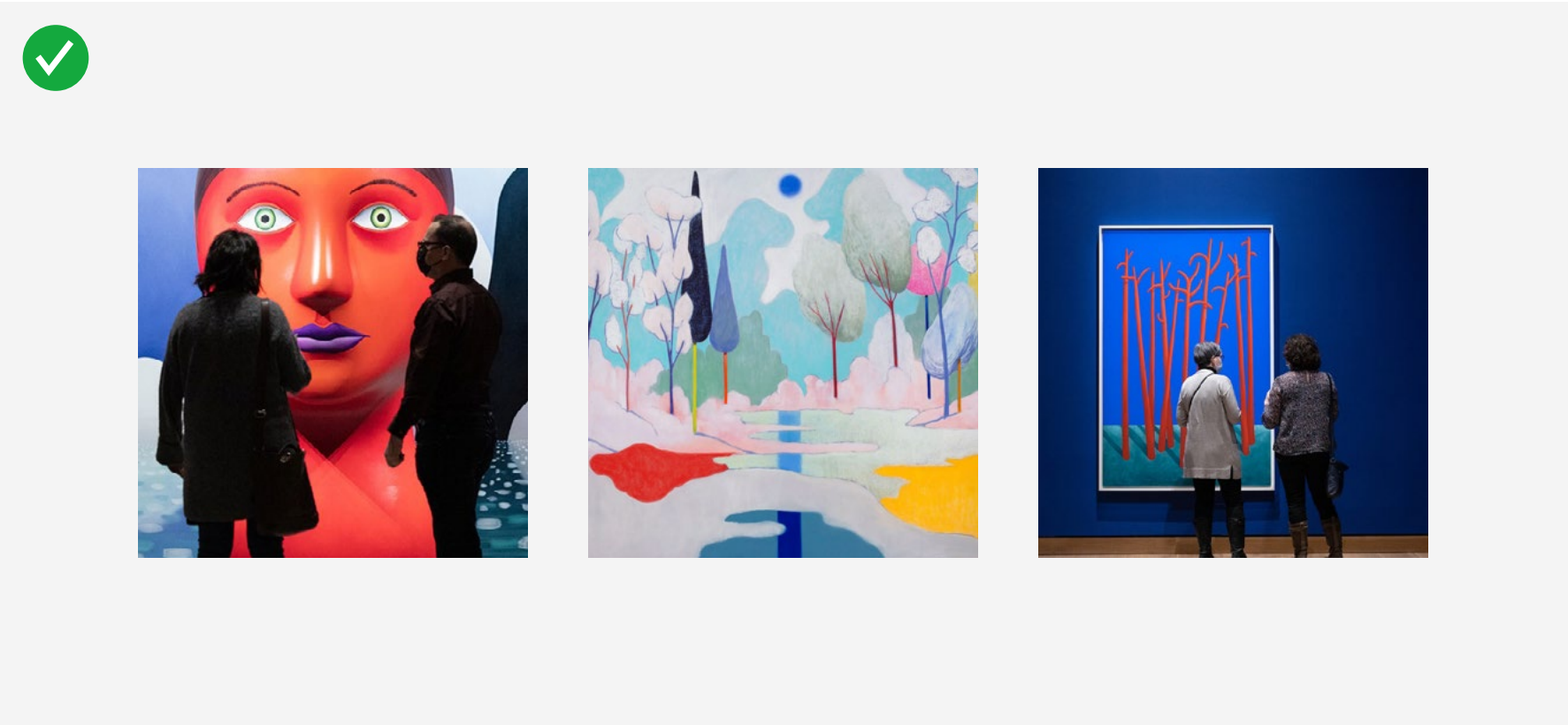
3. Évitez les compositions surchargées qui ne mettent l'accent sur aucun élément en particulier.



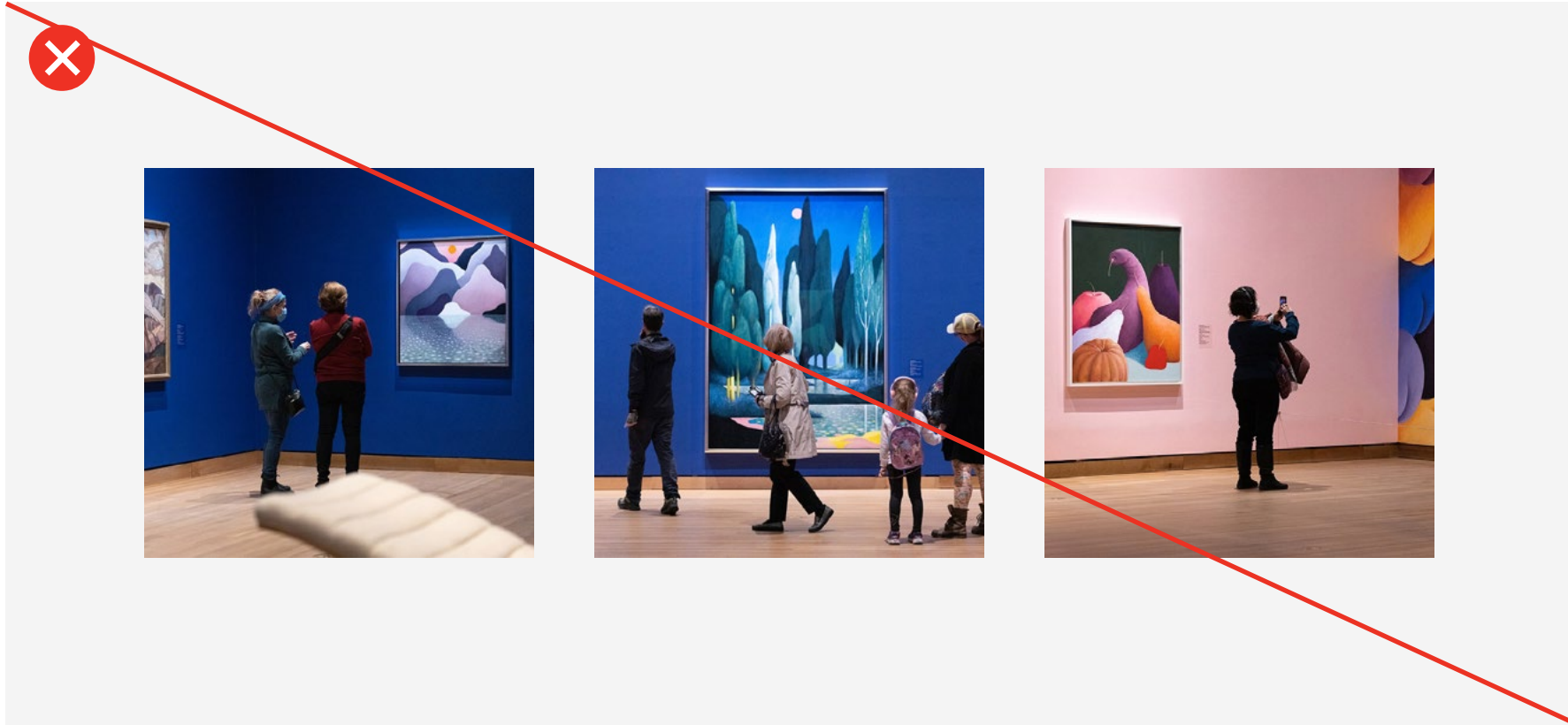


6.1 SÉLECTION DES IMAGES  
SUITE

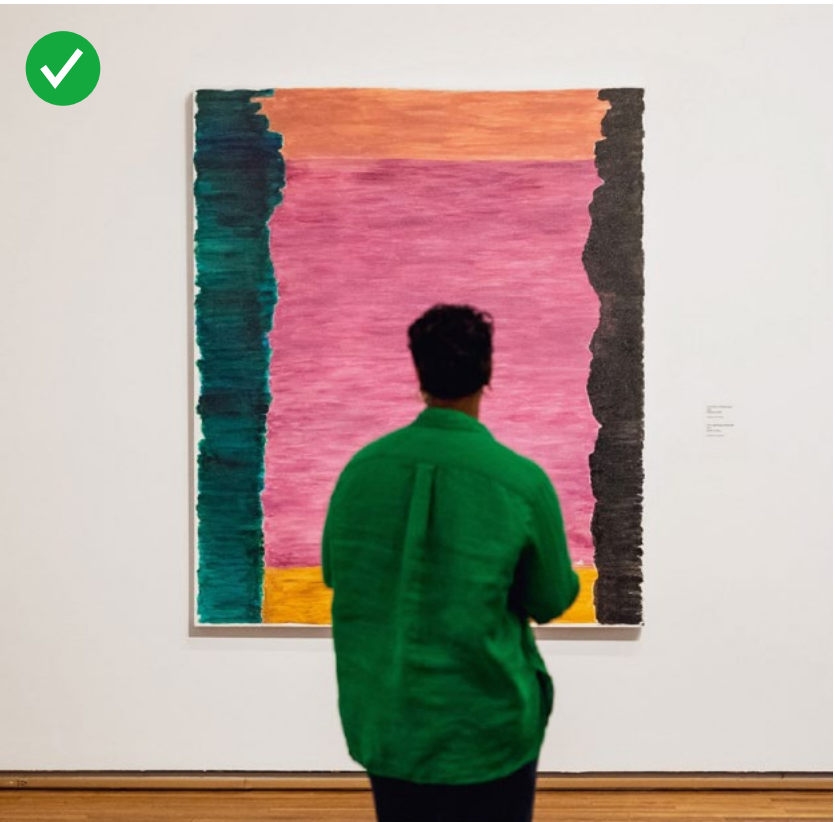
- 4. Afin de créer des agencements dynamiques et un rythme visuel dans les mises en page, combinez des plans larges et des gros plans, des images d'œuvre et des vues de salle.
- 5. Attention de bien ajuster la balance des blancs des images pour donner l'impression d'un éclairage naturel, neutre et suffisamment lumineux. Évitez les effets de couleur et les filtres.
- 6. Lorsque possible, documentez le processus derrière le travail des artistes, le montage des expositions, la restauration des œuvres, etc. Bien souvent, l'envers du décor est tout aussi convaincant et révélateur qu'une œuvre achevée. Ne négligez pas l'esthétisme de ces images.
- 7. Ne pas manipuler les œuvres.



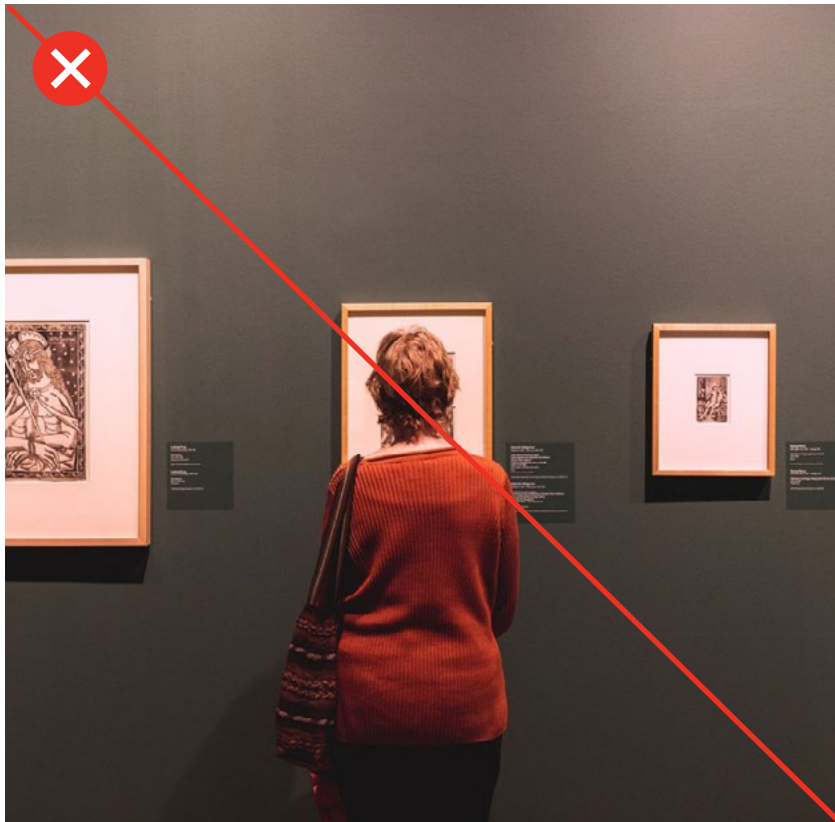
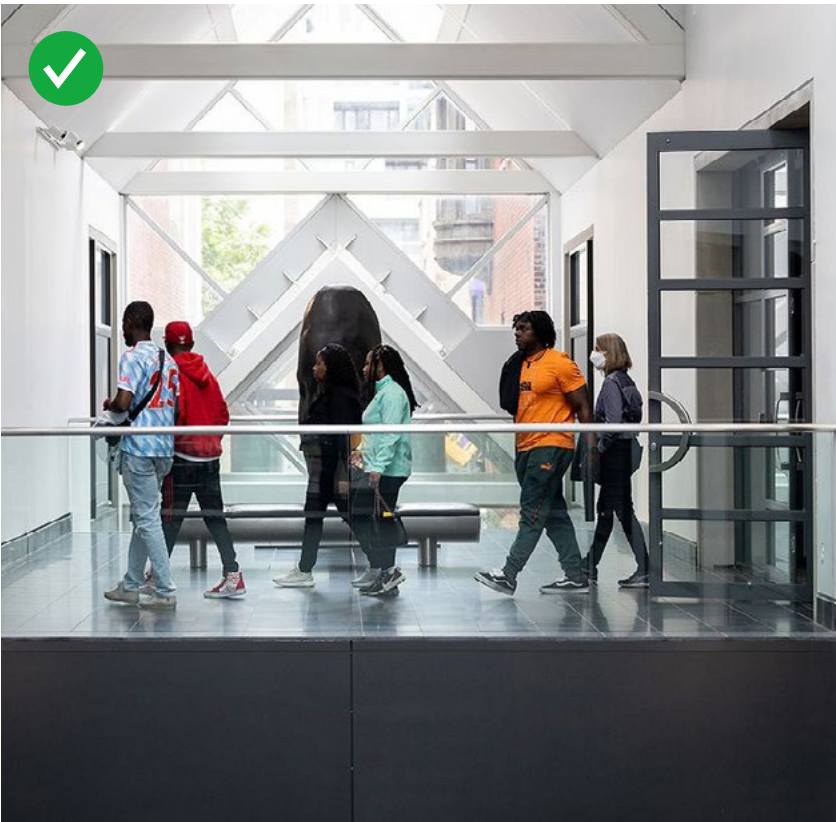
4. Combinez différentes valeurs de plan, des images d'œuvres et des vues de salle.



4. Évitez de regrouper un ensemble d'image qui on toutes la même valeur de plan.



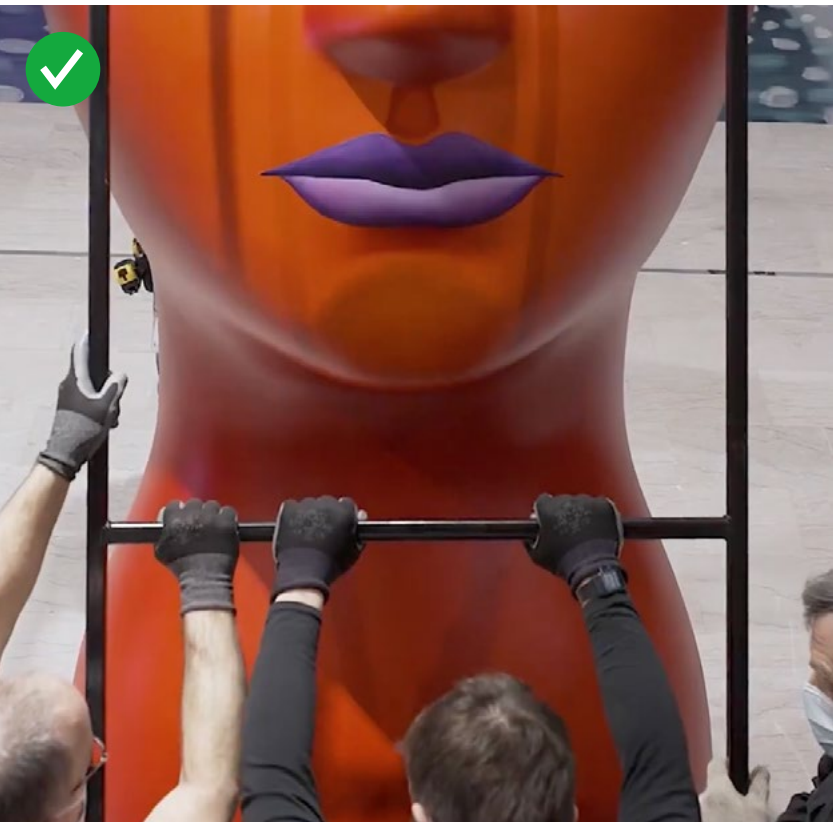
5. La balance des blancs est naturelle.



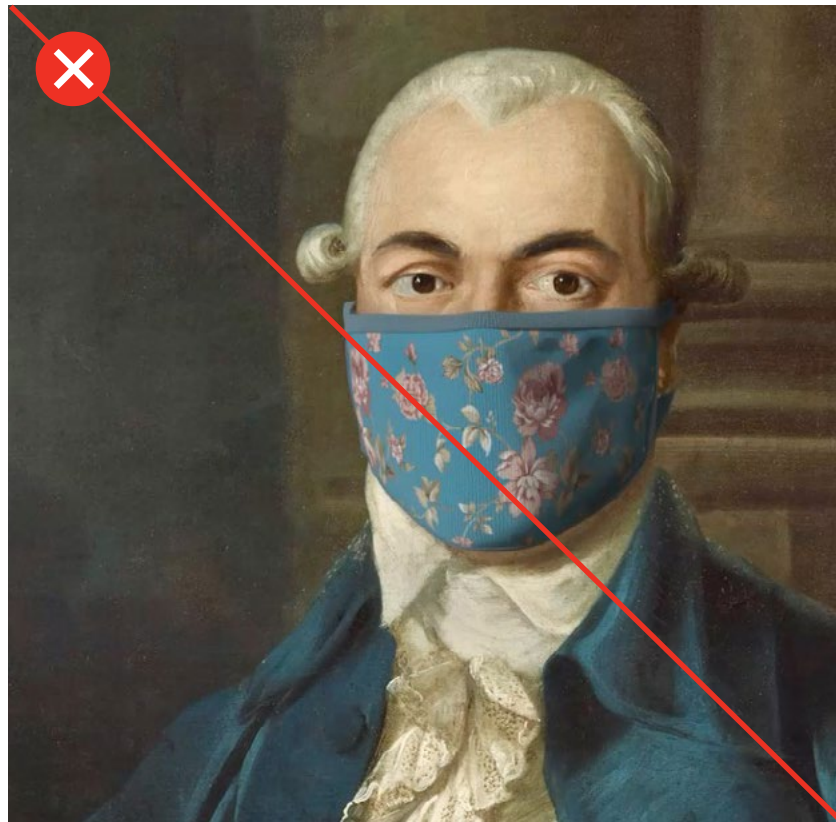
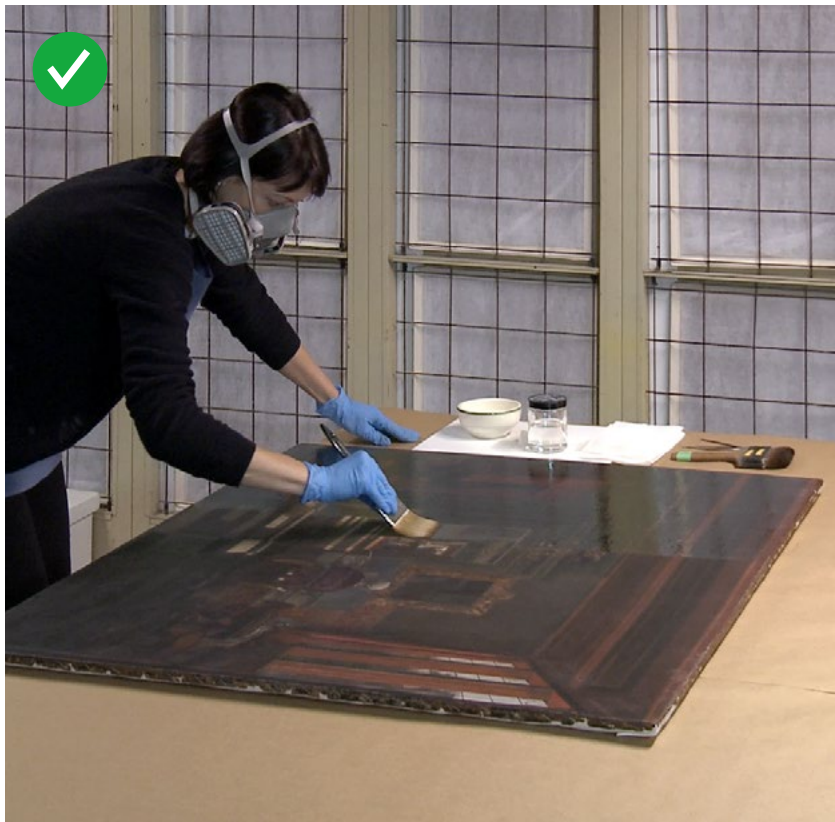
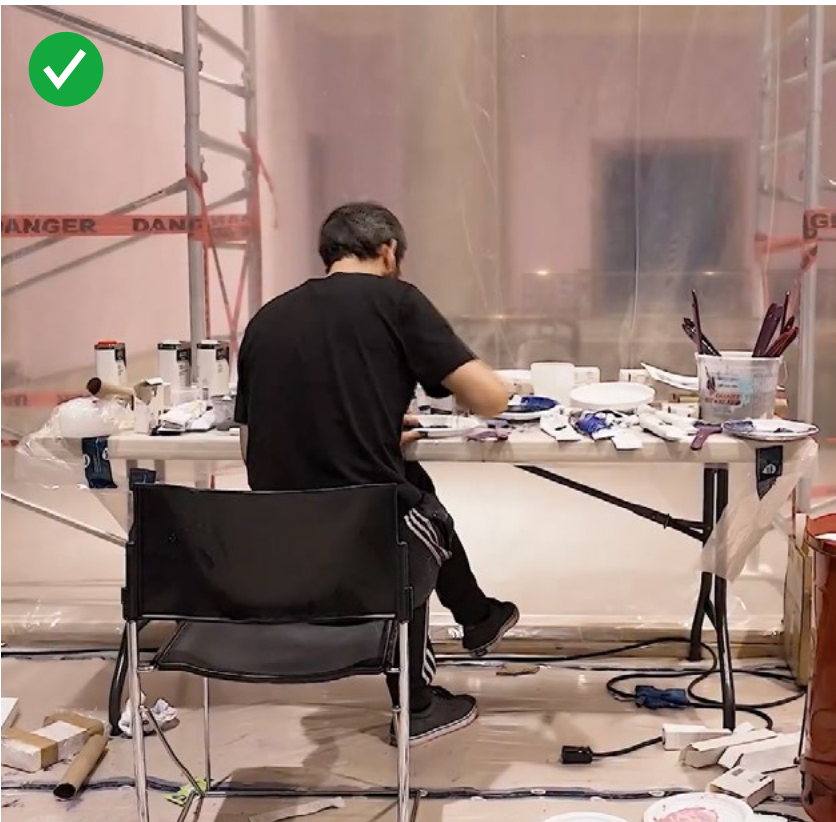
5. Les blancs sont trop rosés.



5. Les blancs sont trop jaunâtres.



6. Documentez le processus derrière le travail des artistes, le montage des expositions, la restaurations des œuvres, etc.

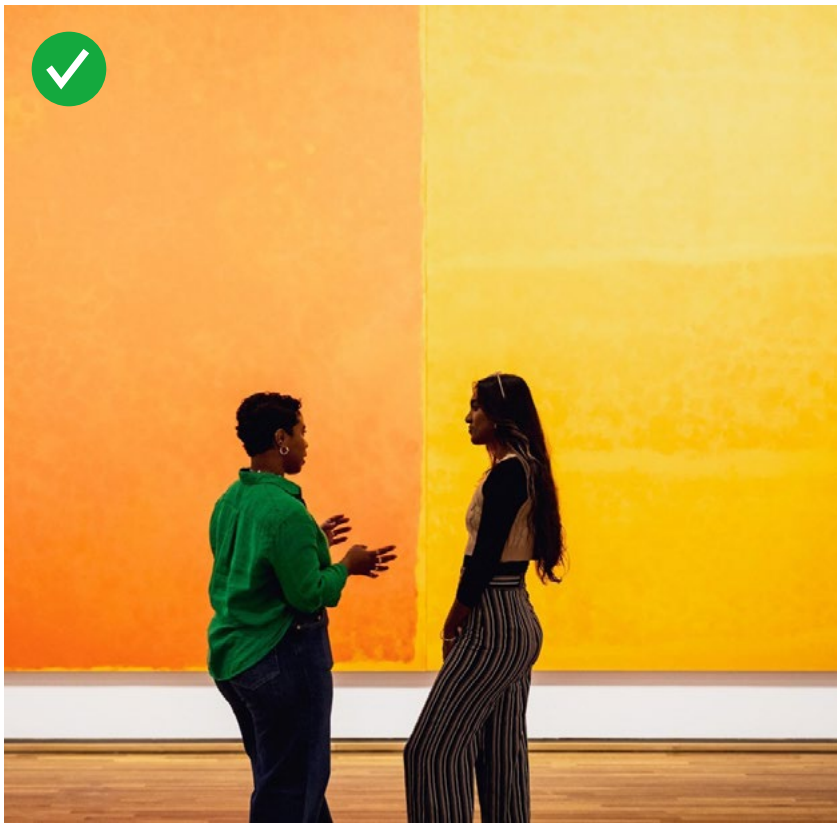


7. Ne pas manipuler les œuvres.

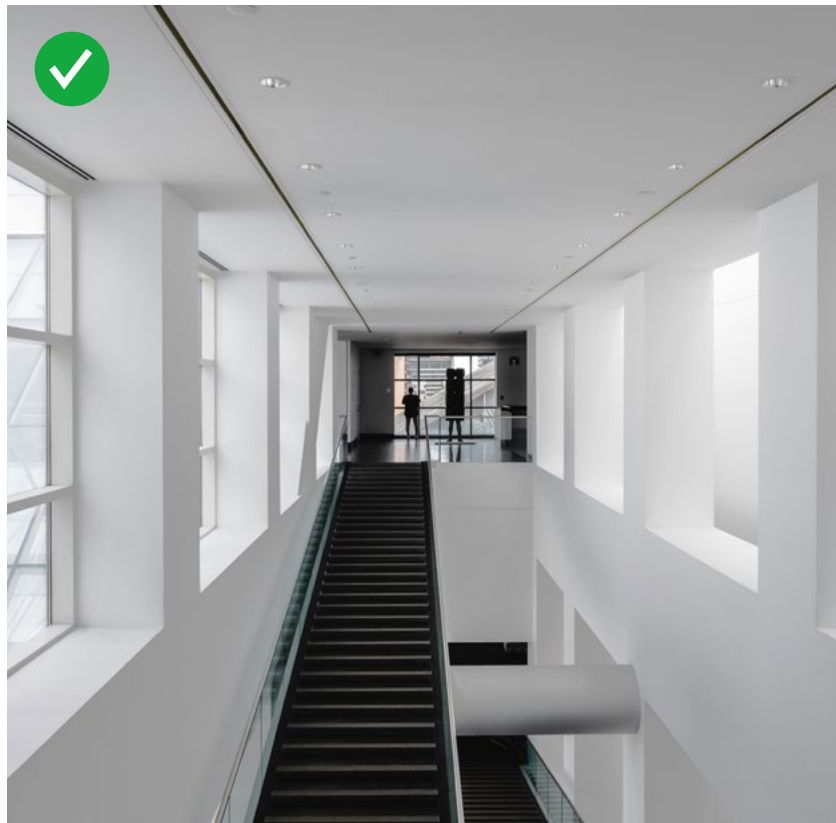


6.1 SÉLECTION DES IMAGES  
SUITE

- 8. Portez une attention particulière au côté graphique des photos. Corrigez la déformation des lentilles, redressez les images et ajustez la perspective pour que les lignes qui devraient être parallèles apparaissent comme telles.
- 9. Osez le flou artistique, les profondeurs de champ courtes, les images à vol d’oiseau, les recadrages inattendus. Les images dynamiques sont engageantes.
- 10. Assurez-vous de représenter une diversité de visiteurs en termes d’âge, d’ethnicité, de genre et de capacité.
- 11. Pour unifier une série de portraits qui n’ont pas été pris par le même photographe, veuillez convertir les photos en noir et blanc, corriger le contraste, la luminosité et le cadrage.



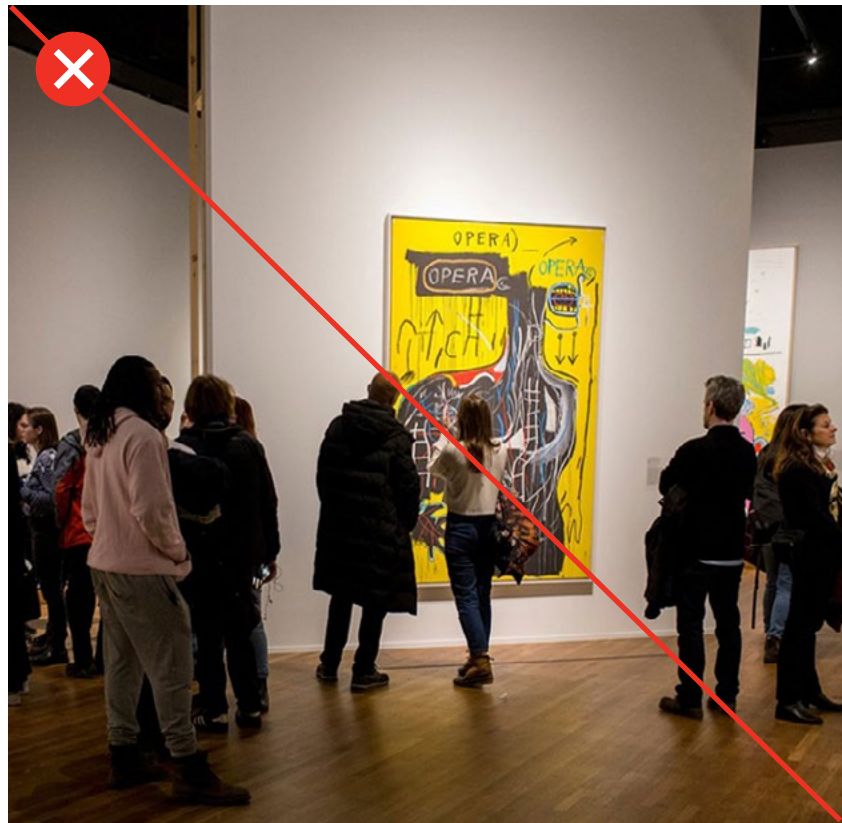
8. La symétrie rend cette image saisissante.



8. Le point de fuite rend cette image attirante.



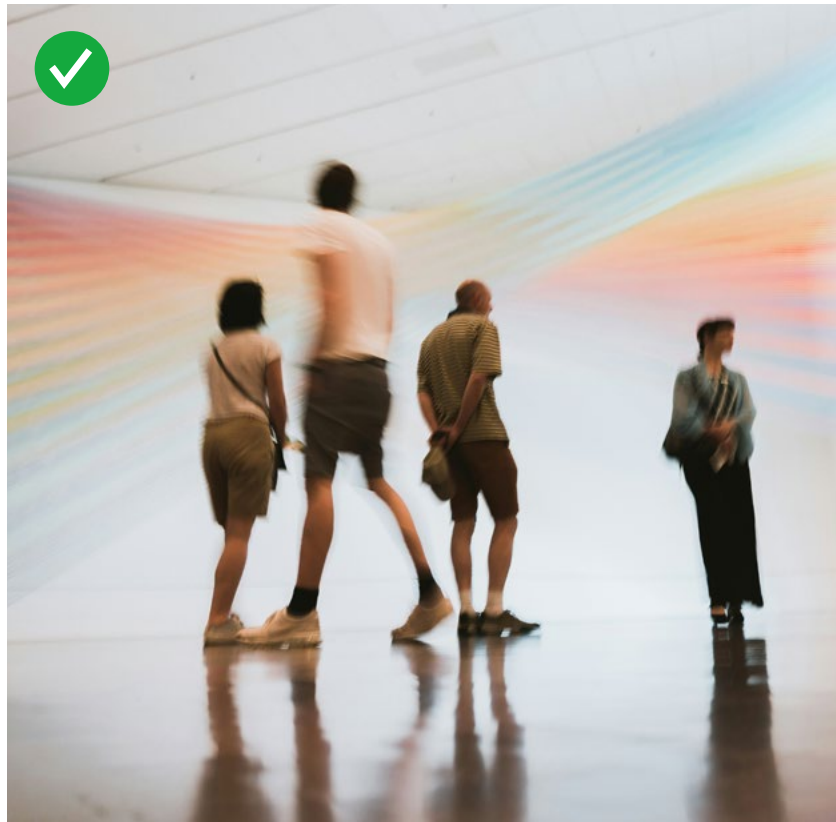
8. Corrigez la déformation de la lentille.



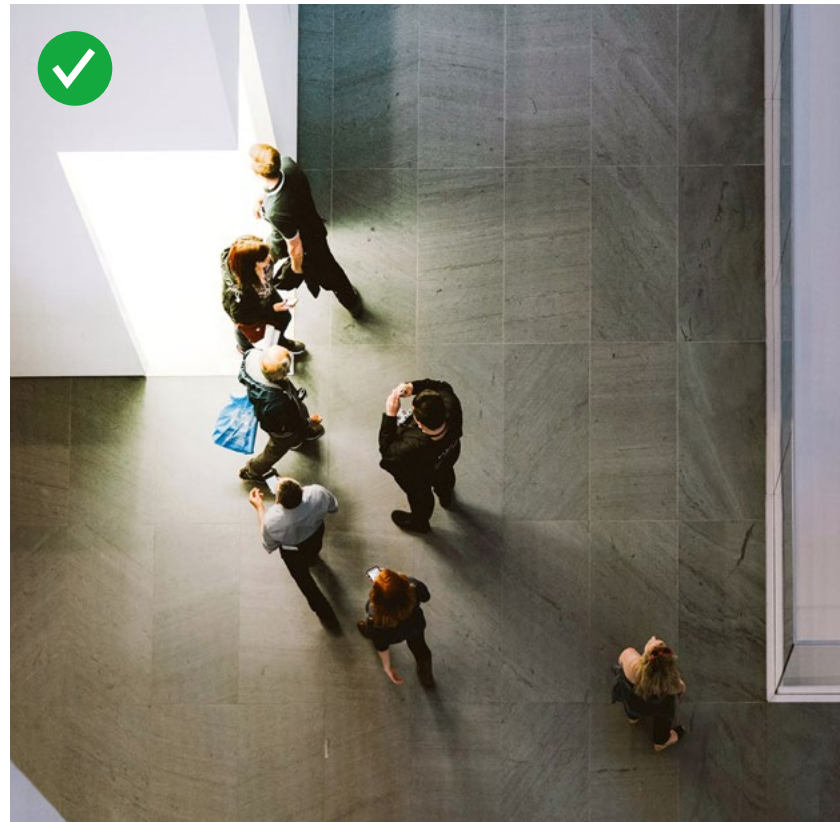
8. Ajustez la perspective des images déformées.



9. Osez les recadrages plus serrés.



9. Osez les flous artistiques.



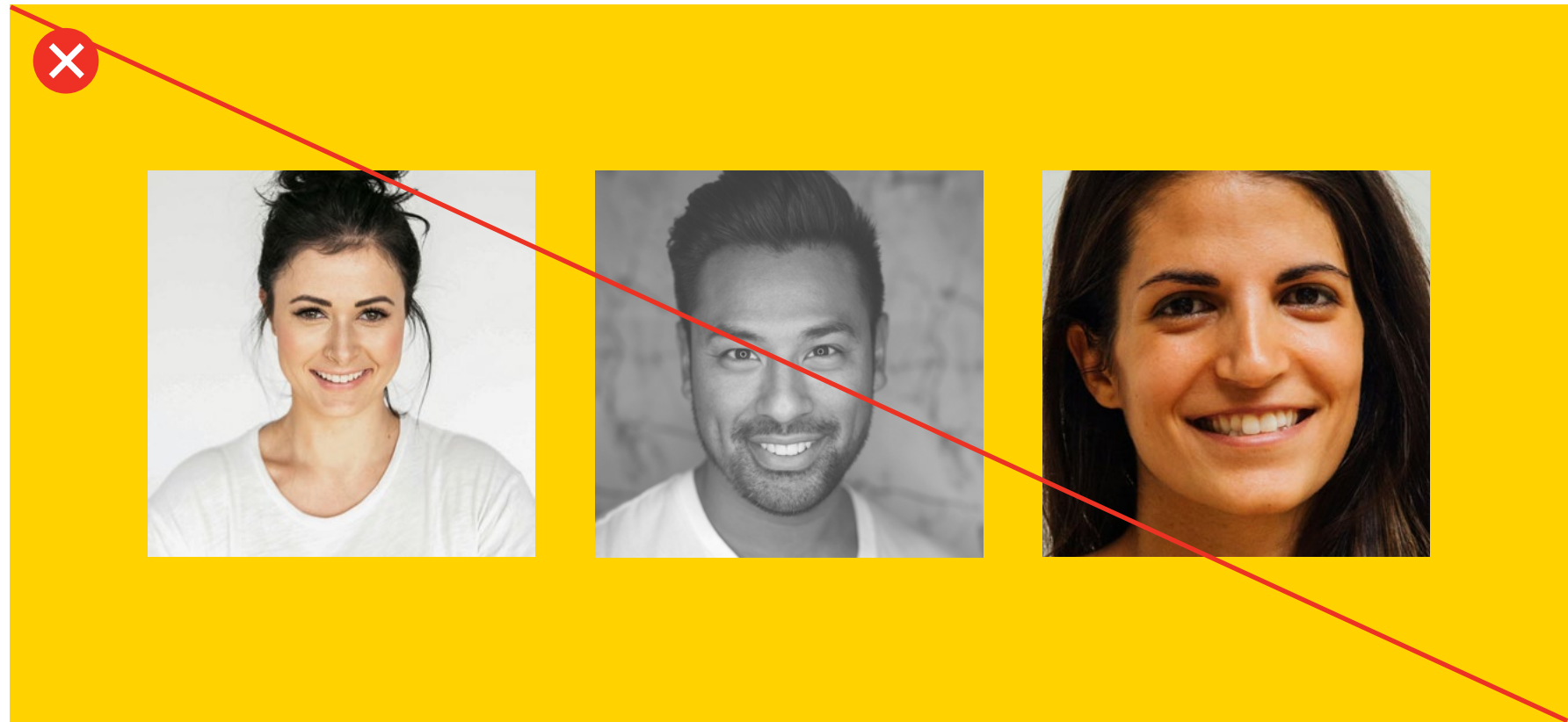
9. Variez les points de vue.



10. Représentez une diversité de visiteurs.



11. Les portraits sont en noir et blanc et leurs contrastes, luminosité et cadrages sont similaires.



11. Convertir les portraits en noir et blanc, ajuster leur contraste et luminosité et recadrez-les.



7

# COMPOSITION



# 7.1 ÉLÉMENTS DE BASE

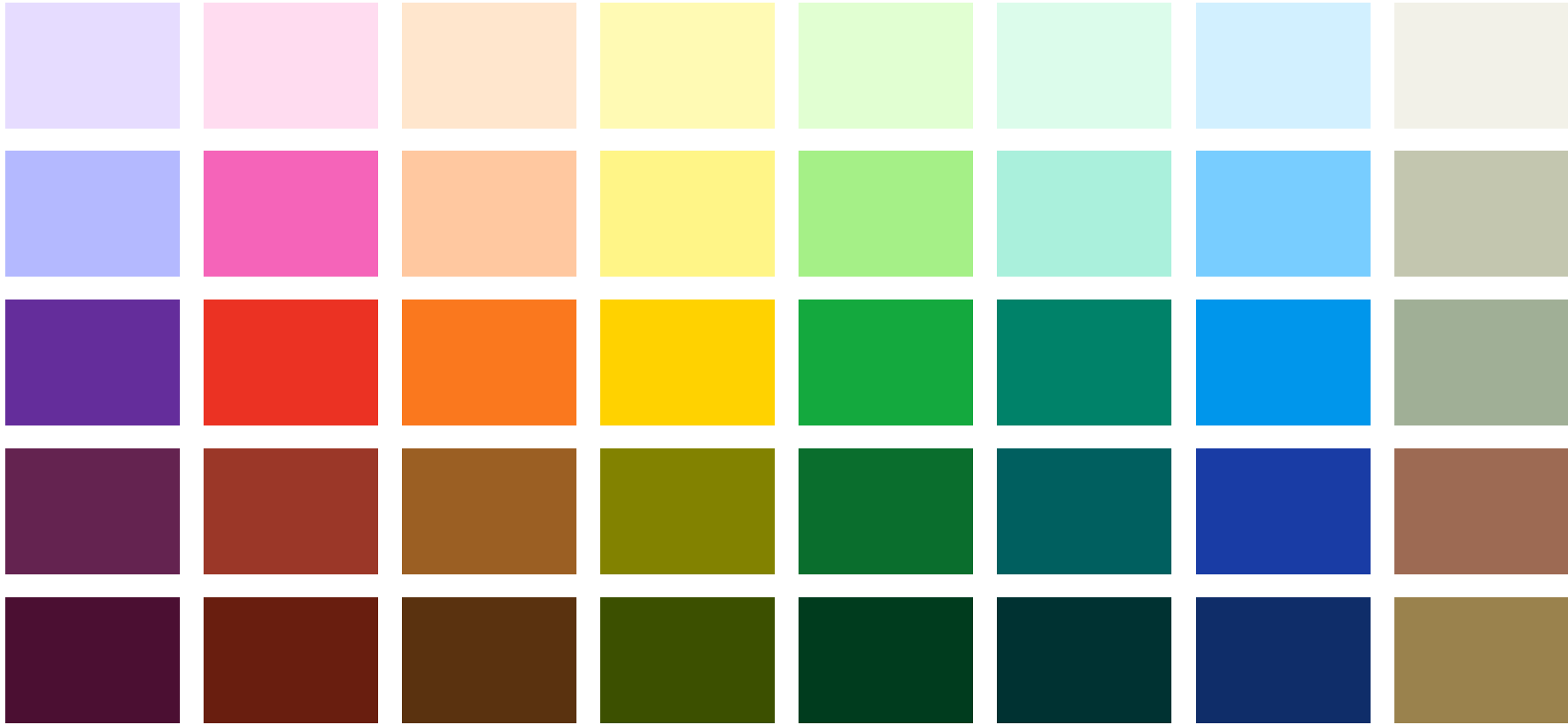
Les éléments de notre identité visuelle s’assemblent dans des compositions plus ou moins complexes pour répondre à tous nos besoins de communication.

Tenez compte de la fonction de chaque élément, et assurez-vous que la composition a une intention claire. Attention, l’accent ne devrait pas être mis sur tous les éléments à la fois.

Établissez une hiérarchie d’informations et intégrez-la dans vos compositions de manière appropriée.



Le monogramme est la plus simple expression de notre marque.



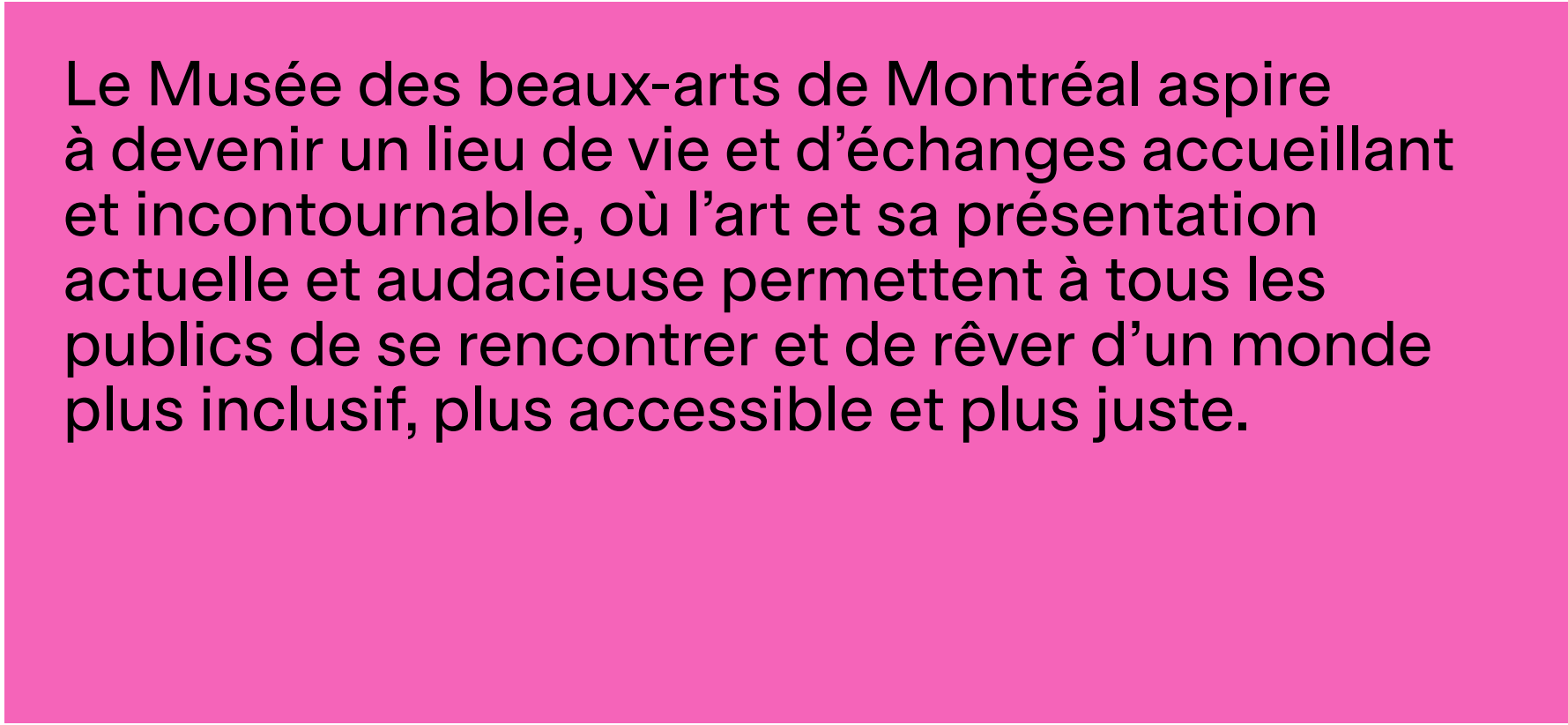
Les couleurs donne le ton.



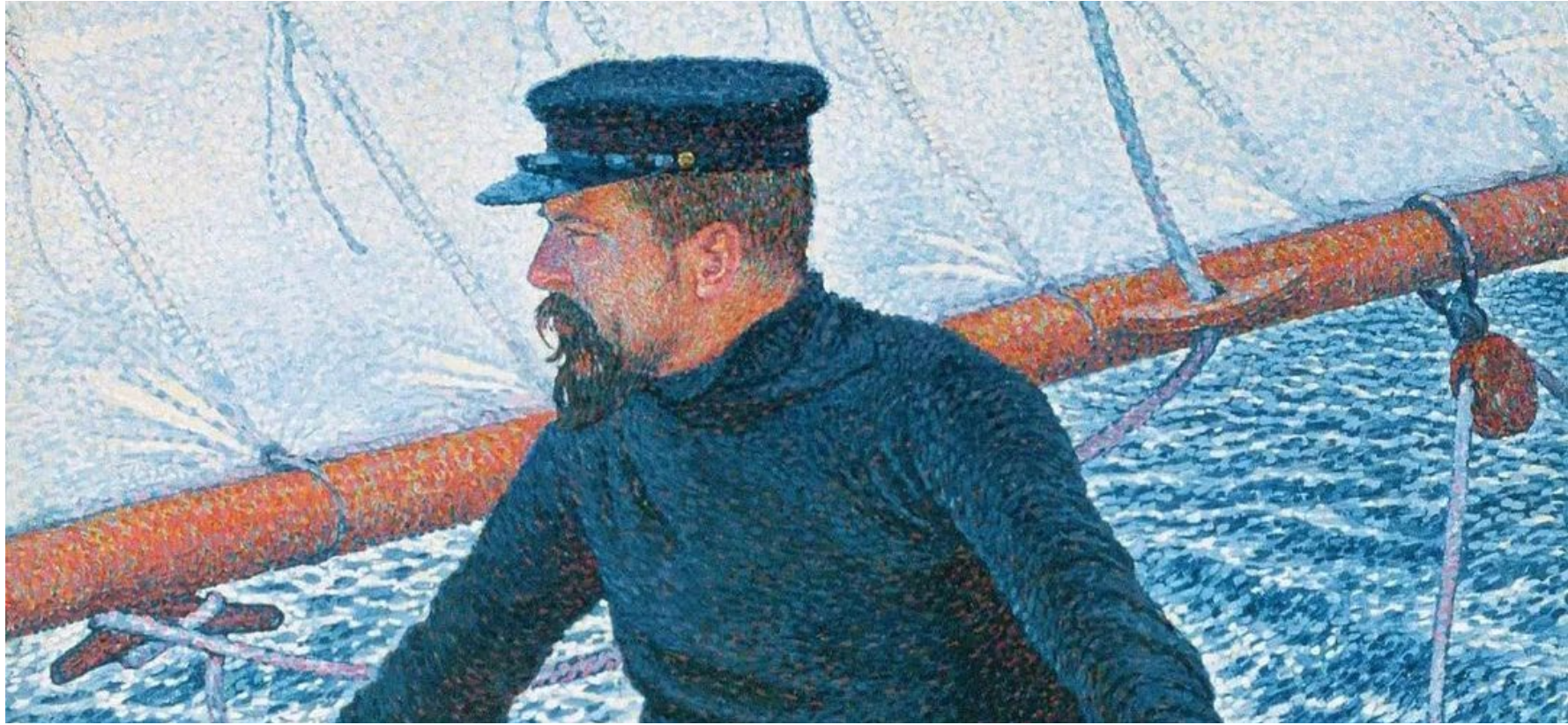
La photographie, vecteur d’émotion, communique en un coup d’oeil.



Notre signature clarifie l’émetteur du message.



La typographie véhicule notre message clairement.



Les œuvres sont mise en valeur par tous les autres éléments de l’identité.



## 7.2 GRILLES

Nous utilisons une grille pour organiser les informations de façon précise et ordonnée dans nos compositions.

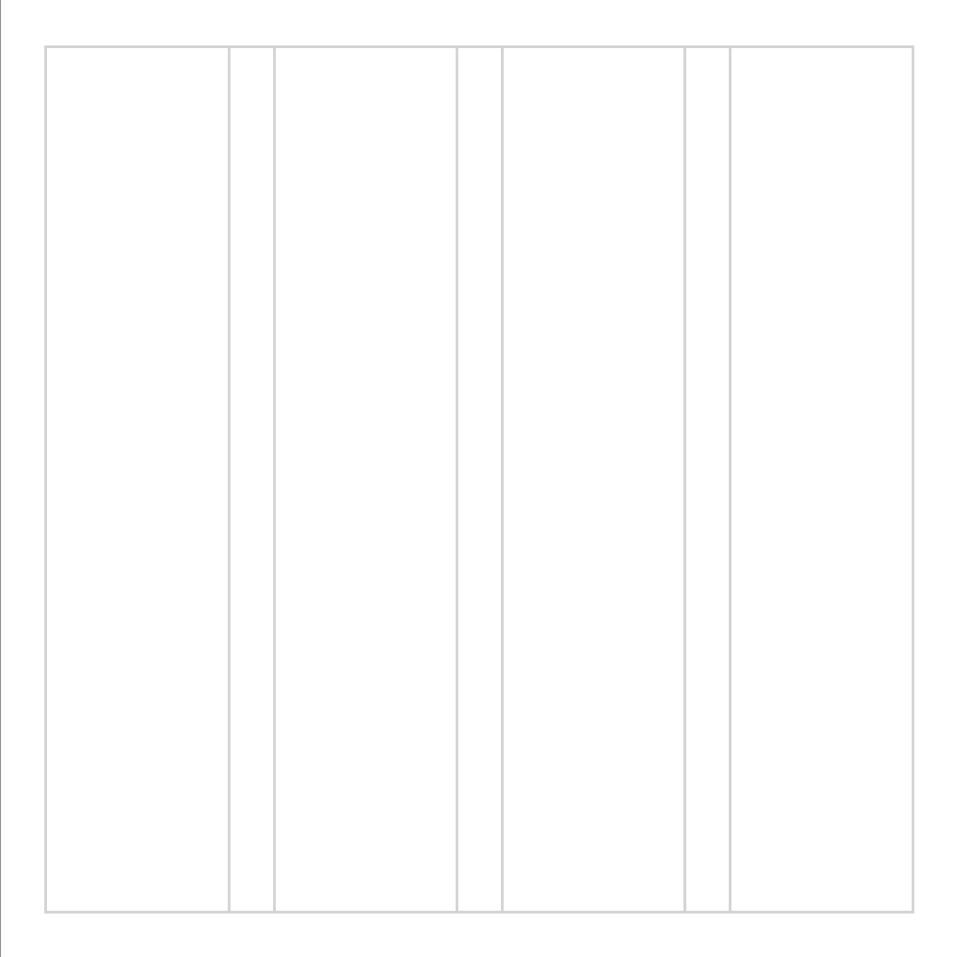
Pour les mises en page complexes, comme les documents de présentation ou les dépliants, une grille à 12 colonnes est idéale.

Pour les petits documents, comme une publication pour les médias sociaux ou un carton d’invitation, une grille plus simple, comptant 6 ou 4 colonnes, est préférable.

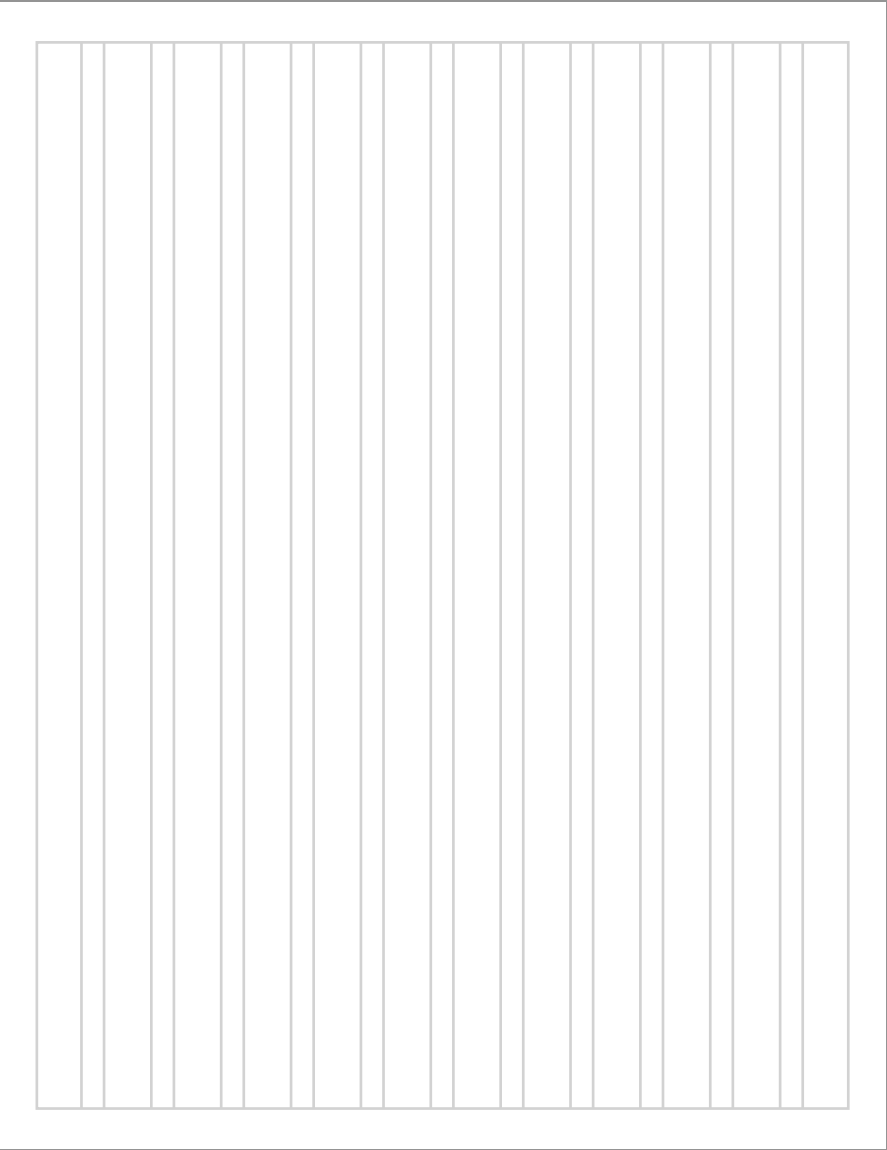
Inspirez-vous des grilles suivantes lors de la construction de nouveaux documents.



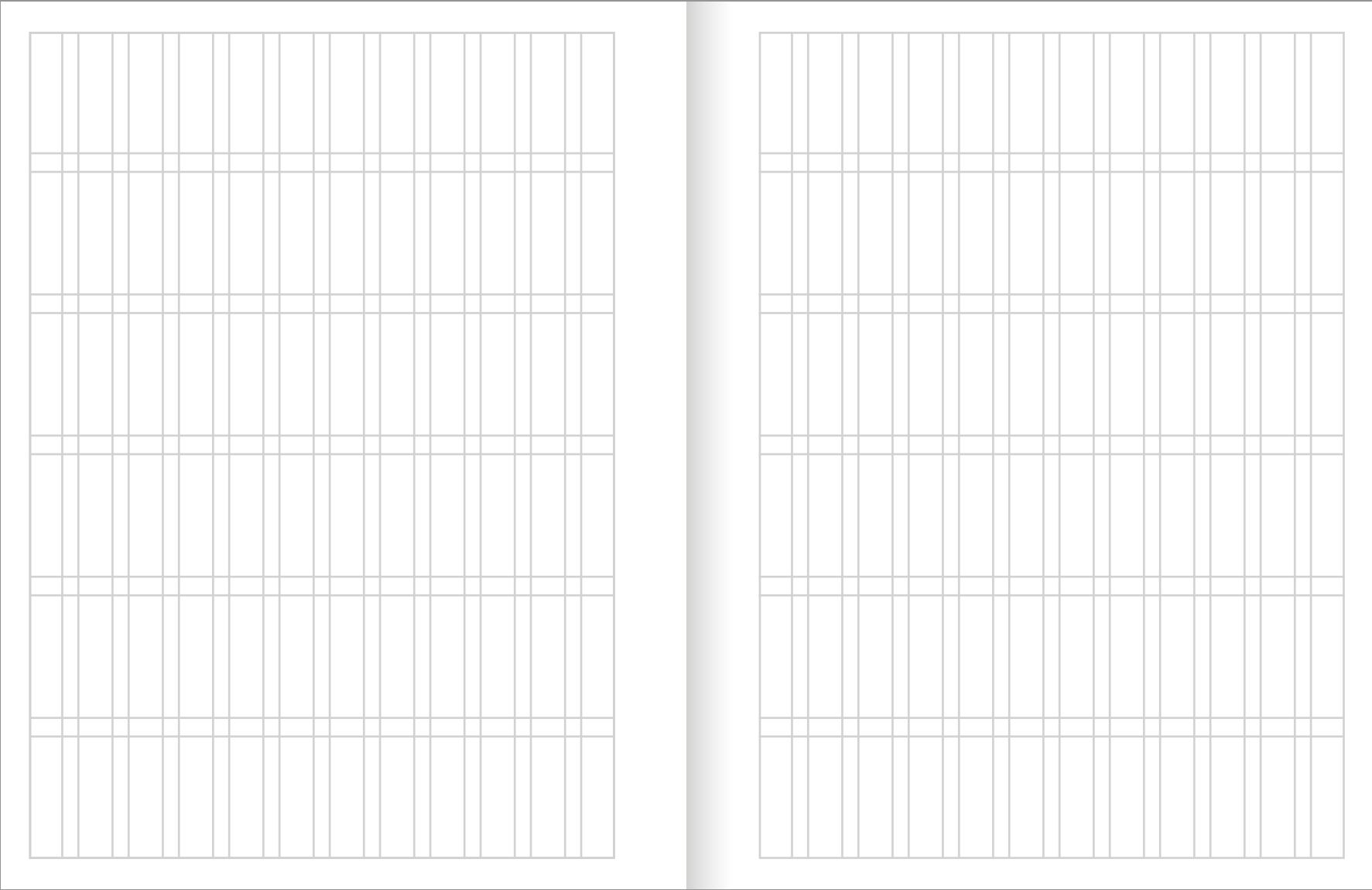
Présentation écran – 1920 × 1080 px – 12 colonnes



Publication Instagram – 1080 × 1080 px – 4 colonnes



Format lettre – 8.5 × 11 po – 12 colonnes



Format lettre – Double page – 12 colonnes x 2

## 7.3 MARGES

Les marges extérieures des documents du Musée doivent être relativement étroites et égales des 4 côtés.

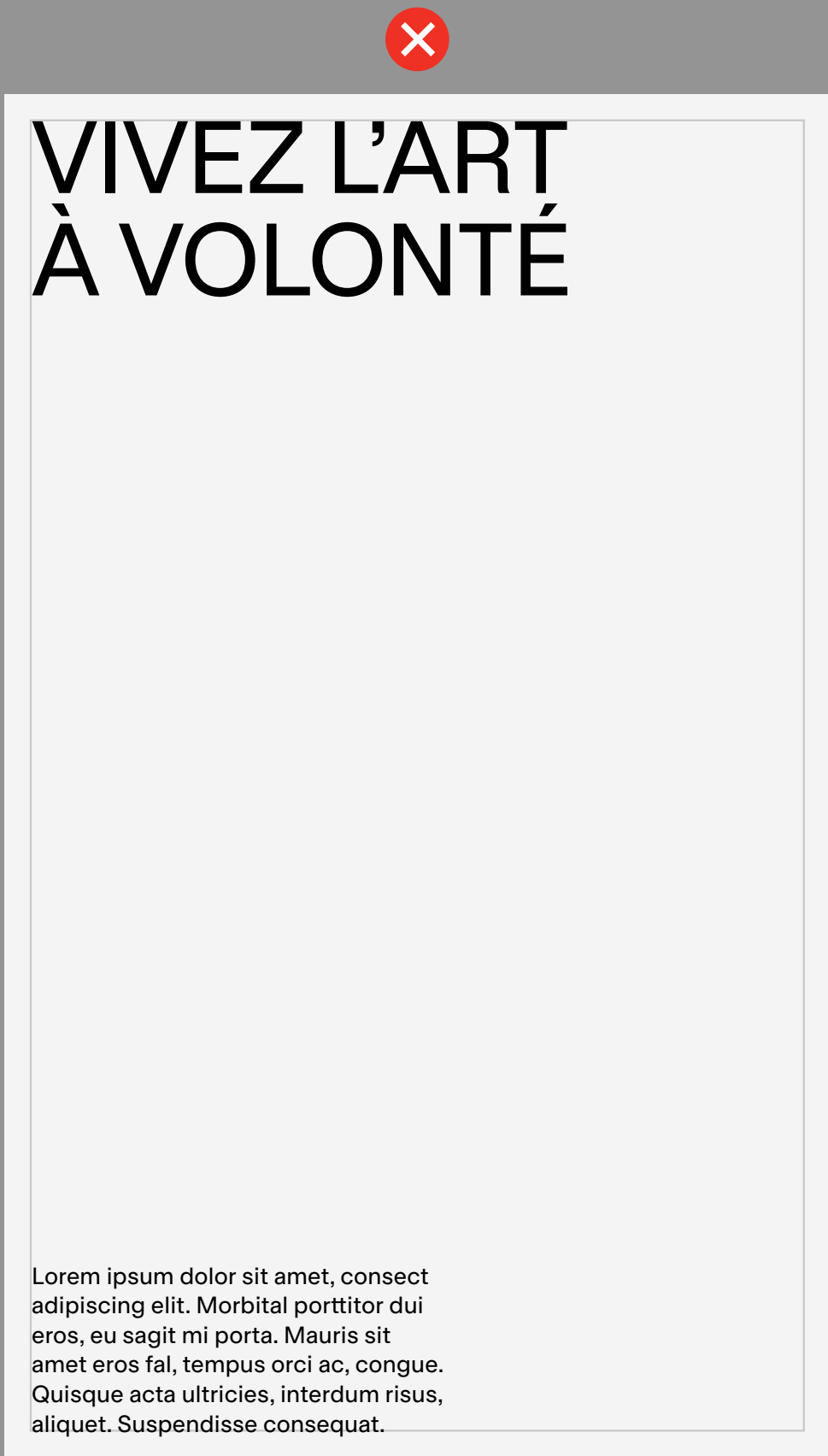
Exceptionnellement, les mages intérieurs d’un document imprimé en double page doivent être plus larges que celles de l’extérieur.

Voici quelques mesures utiles pour les documents usuels :

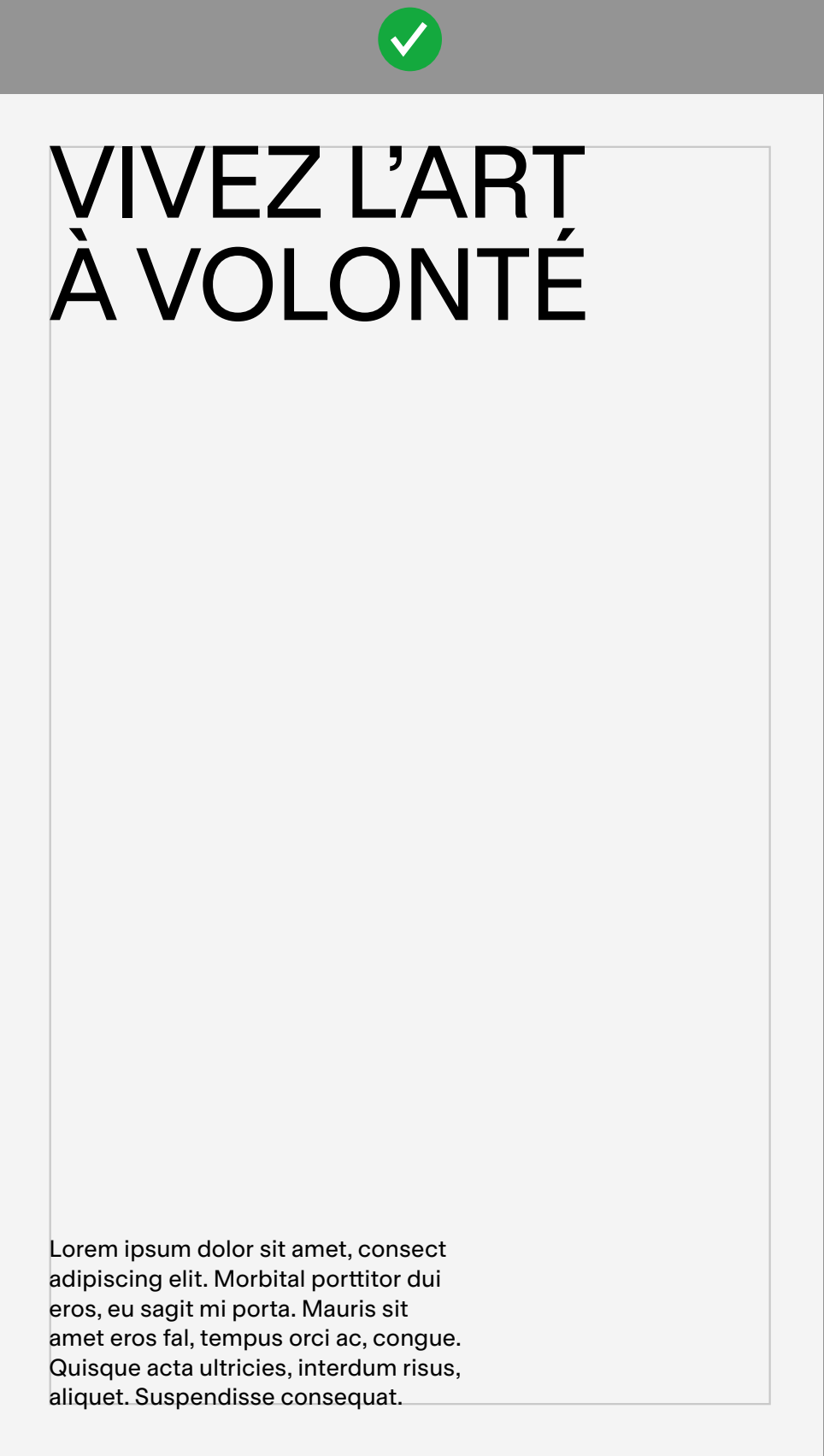
Présentation écran – 1920 × 1080px  
Marges : 50 px

Publication Instagram – 1080 × 1080px  
Marges : 50 px

Format lettre – 8.5 × 11 po  
Marges : 0.5 po



Marges trop étroites



Marges de tailles appropriée



Marges trop larges



## 7.4 LIGNES FINES

Des lignes fines sont utilisées pour organiser les informations soigneusement en subdivisant les mises en page. Elles peuvent être placées verticalement ou horizontalement et doivent être contenues dans la grille. Elles ne doivent jamais dépasser les marges d’une mise en page.

### Épaisseur

Le plus souvent utilisée à 0.3 pt dans les documents imprimés, et à 0.5 px à l’écran, l’épaisseur des lignes fines doit être ajustée optiquement pour s’adapter aux différentes applications. Elles devraient toujours être plus fines que l’épaisseur des lettres.

### Couleur

Les lignes sont le plus souvent utilisées en gris perle à l’écran et en gris souris à l’impression. Pour donner l’effet de semi-transparence aux lignes grises disposées sur un arrière-plan coloré, appliquez le mode de fusion «Produit». Les lignes ne devraient jamais être en couleur.



**SORTIE**  
**EXIT**



**BOUTIQUE-**  
**LIBRAIRIE**  
**BOUTIQUE AND**  
**BOOKSTORE**

## APERÇU DES EXPOSITIONS 2024 – 2025



GEORGIA O’KEEFFE  
ET HENRY MOORE  
Géants de l’art moderne  
10 février – 2 juin 2024

VERTU, VICE, DÉSIR, FOLIE  
Trois siècles de  
chefs-d’œuvre flamands  
8 juin – 27 octobre 2024

BERTHE WEILL  
Galeriste de l’avant-garde  
parisienne  
Mai – Septembre 2025



COMMANDITAIRE OFFICIEL



UNE PRÉSENTATION DE



PARTENAIRES MÉDIAS



PARTENAIRES PUBLICS



Montréal



7.5 VISUEL MOTEUR  
DES EXPOSITIONS  
TEMPORAIRES

Les visuels des expositions temporaires sont systématisés pour renforcer l'équité de notre identité visuelle tout en simplifiant la production.

**Typographie**  
La seule police utilisée dans ces visuels est Habitus MBAM, habituellement formatée en capitales, alignée à gauche et verrouillée sur un bord de la grille.

La signature du Musée et les dates sont formatées à la même taille et alignées l'une avec l'autre.

**Couleur**  
Choisissez l'une des couleurs de la palette élargie pour le fond du visuel.

**Image**  
L'image de l'œuvre est toujours contenue à l'intérieur des marges du document.

**Grille**  
La marge extérieure du document, égale de tous les côtés, régit également l'espace entre les différents éléments du visuel.

**Monogramme**  
Le monogramme est toujours au même format et positionné dans le coin inférieur gauche.





7.6 VISUEL MOTEUR  
DES GRANDES  
EXPOSITIONS  
TEMPORAIRES

Les designers bénéficient d’une plus grande latitude dans la conception des visuels pour les grandes expositions temporaires.

**Typographie**  
Une liberté complète est allouée au design du titre et du sous-titre. Ils devraient être arrimés au design d’exposition. Si une police linéale est adéquate pour le titre ou le sous-titre, considérez Habitus MBAM comme option. Évitez d’utiliser plus de 2 polices de caractères dans un même visuel.

La signature du Musée et les dates sont formatées en Habitus MBAM, à la même taille, et alignées l’une avec l’autre.

**Image**  
L’image de l’œuvre peut être à marge perdue, ou cadrée dans les marges du document et disposée sur l’une des couleurs de la palette élargie.

**Grille**  
La marge extérieure du document, égale de tous les côtés, régit également l’espace entre les différents éléments du visuel.

**Monogramme**  
Le monogramme est toujours au même format et positionné dans le coin inférieur gauche. S’il est disposé sur une image, utilisez le monogramme spécial dont les parties habituellement semi-transparentes sont maintenant teintées avec l’une des 24 couleurs d’accent issues de notre palette élargie.





## 7.7 SYSTÈME GRAPHIQUE POUR LES BANNIÈRES JND

La juxtaposition de 3 visuels distincts sur la façade du musée à le potentiel de devenir bruyant, surchargé. Les normes suivantes visent à simplifier cet amalgame.

### Général

Le monogramme et la signature du Musée ne sont pas présents sur ces bannières.

Idéalement, garder les logos des partenaires sur une seule ligne au bas des bannières.

### Bannière des expositions temporaires

L'image occupe les  $\frac{2}{3}$  supérieures de la bannière et elle est à marges perdues.

La portion informative occupe le  $\frac{1}{3}$  inférieures. La typographie est toujours blanche et le fond noir.

La seule police utilisée dans ces bannières est Habitus MBAM, formatée en capitales.

Les titres, alignés dans le haut du bloc, sont de la même taille dans les deux bannières.

Les sous-titres et les dates sont formatés à la même taille, disposés sur 2 colonnes, et alignés l'un avec l'autre.

### Bannière de la grande exposition temporaire

La bannière est arrimée au visuel moteur de l'exposition.

Les dates sont formatées en Habitus MBAM, à la même taille que les dates des autres bannières.

Lors de la composition de ce visuel, observez les possibilités d'alignements avec les bannières des expositions découvertes.



Exemples fictifs présentés à titre de références visuelles seulement



