

**GUIDE D'UTILISATION
DE LA MARQUE
PAR LES INTERVENANTS
STAKEHOLDERS BRAND USAGE**



QUI EST UN INTERVENANT?

Dans ce document, on définit un intervenant comme tout partenaire ou tout groupe de partenaires ayant signé une entente avec Station Mont Tremblant (SMT) ou avec l'Association de Villégiature Tremblant (AVT) tels que :

- les producteurs d'événements :
exemple : 24h Tremblant, Fête de la musique, IRONMAN...
- les membres de l'AVT (hébergement, commerces et services);
exemples : Brind'O Aquaclub, SMT boutiques, Centre d'activités...
- les partenaires d'alliances stratégiques :
exemples : Coca-Cola, Red Bull, Van Houtte...
- les partenaires de l'industrie du tourisme.
exemples : Destination Mont-Tremblant, Association touristique des Laurentides, Porter, Scandinave Spa Mont-Tremblant...

In this document, a stakeholder is defined as any partner or group of partners who has signed an agreement with Station Mont Tremblant (SMT) or Tremblant Resort Association (TRA) including:

- Event producers
examples : 24h Tremblant, Fête de la musique, IRONMAN...
- TRA members (lodging properties, businesses and services)
examples : Aquaclub La Source, SMT boutiques, The ActivityCentre...
- Strategic alliance partners
examples : Coca-Cola, Red Bull, Van Houtte...
- Travel industry partners
examples : Destination Mont-Tremblant, Association touristique des Laurentides, Porter, Scandinave Spa Mont-Tremblant...

WHO IS A STAKEHOLDER?

UTILISATION DE LA MARQUE PAR LES INTERVENANTS

STAKEHOLDERS' BRAND USAGE

D'un point de vue marketing, chaque intervenant doit utiliser sa propre identité de marque adaptée à ses besoins spécifiques ainsi qu'à son marché cible et l'objectif qu'il souhaite atteindre.

Afin d'affirmer leur indépendance, les intervenants doivent éviter d'utiliser les normes de la marque Tremblant ou de produire des visuels similaires qui pourraient induire le public en erreur.

Conséquemment, nous avons établi des lignes directrices pour l'utilisation de la marque. Étant donné que le logo de Tremblant confère de la crédibilité à la communication des partenaires et que son utilisation dans toutes les promotions doit être bénéfique à la marque Tremblant, les partenaires se doivent de respecter ces directives en tout temps lorsqu'ils font la promotion de leur événement, boutique, hébergement ou marque, et ce, peu importe la plateforme choisie.

From a marketing standpoint, it is mandatory that every stakeholder uses its own brand identity in accordance with their specific: target market and objectives.

To assert their independence, stakeholders must avoid using Tremblant's brand standards or replicating similar visuals that may mislead the audience.

Visual guidelines have been set up to support these above statements. Taking into account that Tremblant's logo brings credibility to the stakeholder communication and that its use in all promotions should be beneficial to Tremblant's brand, partners must follow the outlined guidelines at all times when promoting their event, boutique, lodging or brand, no matter the chosen platform.

DIRECTIVES GÉNÉRALES POUR LES INTERVENANTS

Tous les visuels qui utilisent le logo de Tremblant doivent être soumis au gestionnaire de la marque pour approbation dès le début du processus de création et au moins 48 heures avant la publication.

L'utilisation du logo Tremblant doit respecter les directives de la marque.

Le logo de Tremblant doit toujours apparaître dans le coin inférieur droit du visuel.

- Si, pour quelque raison que ce soit, le logo ne peut pas être positionné en bas à droite (p. ex. le logo de l'intervenant est toujours positionné en bas à droite), le logo Tremblant doit alors apparaître dans le bas.
- Si cela n'est pas possible, le logo ne doit pas être dominant par rapport au logo de l'intervenant.
- Dans le cas où il y ait plusieurs logos de partenaires, le logo de Tremblant doit être visuellement détaché des logos des autres partenaires.

Aucun élément graphique qui fait partie des normes de la marque Tremblant, tel que le bloc rouge ou la typographie Stag, ne peut se retrouver dans le visuel d'un intervenant.

Le logo de Tremblant ne doit pas apparaître sur le visuel d'un intervenant :

- qui sera inclus dans un document de SMT ou de l'AVT tel que le guide Quoi Faire ;
- qui sera visible sur le site (dans le village piétonnier, à l'intérieur du commerce ou dans la prestation de service d'un membre de l'AVT, etc.).

Si un intervenant possède sa propre identité visuelle, il doit respecter les directives générales pour l'utilisation de la marque Tremblant. Lorsqu'un événement ne possède pas sa propre identité visuelle, comme dans le cas d'événements internes, en coproduction ou produits par l'AVT, l'événement doit respecter les directives suivantes en plus des directives générales énumérées de ce guide :

1. Le visuel doit refléter la réalité et n'inclure qu'une seule image.
2. Les dates des événements doivent être prédominantes.
3. Les logos des principaux commanditaires peuvent être placés à côté du logo de l'événement. Le cas échéant, les autres commanditaires doivent apparaître au bas du visuel.

DIRECTIVES SPÉCIFIQUES AUX ÉVÉNEMENTS

GENERAL STAKEHOLDERS' GUIDELINES

All visuals using the Tremblant logo must be submitted to the Brand Manager for approval at the beginning of the creative process and at least 48 hours prior to publication.

Usage of the Tremblant logo must respect brand guidelines.

Tremblant's logo must always appear in the bottom right corner of the creative piece.

- If, for some reason the Tremblant logo can't be positioned at the bottom right (e.g., a stakeholder's logo must always be positioned at bottom right), then it must appear at the bottom.
- If that is not possible, then the Tremblant logo must not dominate the stakeholder's logo.
- In a case where there are many partner logos, Tremblant's logo should be visually detached from the other partners' logos.

No graphic elements that are part of Tremblant's brand standards, such as the red block or the stag typography, should be used in a stakeholder's visual.

The Tremblant logo must not appear in a stakeholder's visual that:

- Is placed in an SMT or TRA piece such as the Things to Do Guide
- Appears on site (at the pedestrian village, inside TRA member businesses and services, etc.)

If a stakeholder has its own visual identity, it should follow the General Stakeholders' Guidelines. If an event does not have its own brand identity, such as internal, co-produced and TRA events, it should respect the following guidelines in addition to the General Stakeholders' Guidelines detailed above:

1. Visual must reflect reality and present only one picture.
2. Event dates must be dominant.
3. Major sponsors can be positioned next to the event's logo when applicable. Other sponsors must appear at the bottom of the creative piece.

EVENT STAKEHOLDERS' SPECIFIC GUIDELINES

DIRECTIVES SPÉCIFIQUES À L'HÉBERGEMENT

LODGING STAKEHOLDERS' SPECIFIC GUIDELINES

Les partenaires en hébergement sont représentés dans les campagnes de l'AVT, qui utilise la marque Tremblant. Si un partenaire hôtelier souhaite utiliser le logo dans un visuel de son cru, il doit respecter les directives générales listées ci-dessus. Afin d'éviter toute confusion pour les clients de Tremblant, les communications de l'AVT ne peuvent être réutilisées ou copiées par un partenaire en hébergement.

Exception pour CRM : Si un partenaire de l'AVT souhaite envoyer une communication de l'AVT à sa propre base de données, il peut le faire en obtenant l'autorisation de l'AVT et en réutilisant le visuel de façon intégrale.

- Aucune modification ne peut être apportée au créatif.
- L'appel à l'action habituel de Tremblant doit être utilisé.
- Aucun contact ne doit recevoir deux fois la même communication.

Lodging partners are represented in TRA campaigns, which use the Tremblant brand. If a lodging partner wishes to use the logo on its own creative, it must respect the General Stakeholders' Guidelines detailed above. To avoid confusion for Tremblant guests, TRA communications cannot be reused nor copied by a lodging stakeholder.

CRM exception: A partner can reuse TRA's visuals integrally—with TRA authorization—should they wish to send the campaign to their own database.

- The creative cannot be modified.
- Tremblant's usual call-to-action must be used.
- No contact should receive the same communication twice

UTILISATION DE LA MARQUE PAR LES INTERVENANTS STAKEHOLDERS' BRAND USAGE

À FAIRE DOS

24h TREMBLANT À TREMBLANT OU DE CHEZ TOI!

« JE SUIS CAPABLE DE TOUT! »
- Logan, en rémission

DONNEZ DONATE
24hTremblant.com

"THE BIGGER YOUR STORM, THE BRIGHTER THE RAINBOW!"
- Eva, in rémission

ROGERS | PAYFACTOR | CGI | ADVISO | TREMBLANT

LA CLASSIQUE SALOMON

22 OCT 2022
OCTOBER 22 2022

COURSE EN SENTIER TRAIL RUNNING

DISTANCES:
30 KM
20 KM
10 KM
5 KM
3 KM
1 KM

ROGERS | VAN MOUTTE | SMITH | KRONO | TREMBLANT

25 ANNIVERSAIRE

BISTRO • BAR
Le petit Caribou
MONT-TREMBLANT, QUÉBEC

COUPE CARIBOU CUP
9 AVRIL 2022 / APRIL 9, 2022

TREMBLANT

UTILISATION DE LA MARQUE PAR LES INTERVENANTS STAKEHOLDERS' BRAND USAGE

À NE PAS FAIRE DON'TS



Intervenants :
membres de l'AVT
Similaire aux normes de la
marque Tremblant
Utilisation du bloc rouge
Utilisation de la
typographie de Tremblant

Stakeholder: TRA members
Similar to Tremblant's brand
standards
Uses the red block
Uses Tremblant's typography



Intervenant :
événement AVT
Utilisation des normes de
la marque Tremblant

Stakeholder:
TRA event
Uses Tremblant's brand standards



Intervenant :
membre de l'AVT
L'utilisation du logo
Tremblant ne respecte pas
les normes de la marque
Tremblant (voir p. 25-27)

Stakeholder: TRA member
Use of Tremblant's logo does
not respect Tremblant's brand
standards (pp. 25-27).

NORMES DE LA MARQUE

BRAND STANDARDS

LOGO

Les consignes de sécurité et les tailles minimales illustrées garantissent que notre marque est utilisée de manière uniforme sur tous les supports et médias. Le trait autour du logo est d'une épaisseur déterminée et doit en tout temps être proportionnel au logo.

LOGO

The safety guidelines and minimum sizes illustrated here ensure that uniform use of the brand across all media and platforms. The stroke around the logo is of a set thickness and should scale proportionally with the logo at all times.

ZONE DE SÉCURITÉ Fond blanc Safety Area - White Background



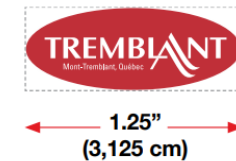
ZONE DE SÉCURITÉ Fond de couleur Safety Area - Colour Background



DIMENSIONS Scarling



GRANDEUR MINIMALE Minimum size 1,25 po (3,125 cm)



NORMES DE LA MARQUE BRAND STANDARDS

EXCEPTIONS À LA TAILLE MINIMALE DU LOGO

L'utilisation d'un logo de taille minimale nécessite l'approbation de Station Mont Tremblant.

MINIMAL LOGO SIZE EXCEPTIONS

The use of any minimum size logo requires the approval of Station Mont Tremblant.

Lorsque la largeur du logo se situe entre 1,25 po et 0,5 po, la mention Mont-Tremblant, Québec est supprimée.

When logo width is between 0.5" and 1.25", Mont-Tremblant, Quebec is removed.

**Largeur comprise entre
1,25 po et 0,5 po**
(3,125 cm et 1.27 cm)



Minimum de 0,5 po
3,125 cm



NORMES DE LA MARQUE

BRAND STANDARDS

LES CHOSES À FAIRE ET NE PAS FAIRE AVEC LE LOGO

Référez-vous à ces exemples pour voir comment intégrer le logo Tremblant dans le concept ou dans le visuel que vous créez.

Lorsque vous placez le logo sur une image, assurez-vous de ne pas couvrir le village, le pic de Tremblant ou les gens.

LOGO DOS AND DON'TS

Refer to these examples to see how to best use the Tremblant logo as part of any concept or design being created.

When placing a logo on an image, the image should not cover the Village, Tremblant's peak or people.

À FAIRE DOS



À NE PAS FAIRE DON'TS



NORMES DE LA MARQUE

BRAND STANDARDS

COULEUR

La couleur primaire de Tremblant est le rouge. C'est la couleur qui doit être utilisée dans toutes les communications et dans tous les secteurs d'activité pour construire notre bloc-signature, nos encadrés de texte et de prix et nos éléments de base, selon la situation

COLOUR

Tremblant's primary colour is red. It should be used in all communications and across all industries to build our signature block, text and pricing boxes, and baseline elements as required.



CMYK:
C00 M91 Y72 K23



PMS:
Pantone 187 C



RGB:
R204 G51 B51