

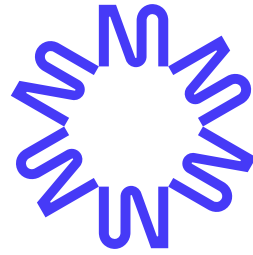
UNE NOUVELLE IDENTITÉ POUR LA SOCIÉTÉ DES MUSÉES DU QUÉBEC

Rassemblant la grande majorité des institutions muséales du territoire, la Société des musées du Québec – organisme à but non lucratif reconnu comme association touristique sectorielle – œuvre depuis 1958 au développement et à la valorisation du secteur muséal.

Notre organisation dévoile aujourd’hui une nouvelle identité visuelle, conçue pour mieux refléter qui nous sommes et vers où nous allons. Plus contemporaine, plus accessible et pensée pour s’adapter aux environnements numériques, cette nouvelle image vise à renforcer la visibilité de nos membres auprès d’un public élargi. Elle s’inscrit dans la continuité de notre plan stratégique 2024-2027, qui guide notre engagement envers la représentation du secteur, la vitalité organisationnelle, le rayonnement des institutions et la transition écologique.



SOCIÉTÉ DES MUSÉES DU QUÉBEC

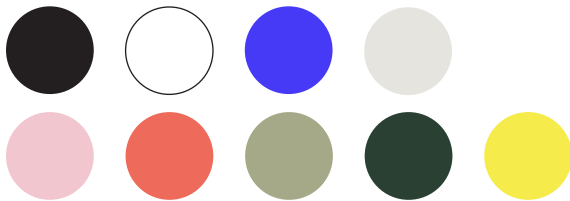


Un logo qui réaffirme notre dévouement à nos membres.

Le choix d'un logo épuré, entièrement typographique et sans pictogramme, répond à une volonté de simplicité et d'efficacité. Cette approche met davantage en valeur nos membres et permet de faire rayonner le réseau qu'ils forment collectivement — un réseau qui devient, en soi, notre image de marque.

Notre nouveau logo fait ainsi pleinement la lumière sur les *musées du Québec*, piliers de notre organisation dont nous portons la voix et servons les intérêts, plutôt que sur la mention *Société des*.

Le M stylisé évoque une forme architecturale, un itinéraire, un chemin, tout en guidant l'œil dans la lecture du mot musée, où le U semble déjà contenu dans le M.



Une palette et un graphisme destinés à séduire une cible plus large.

La nouvelle palette de couleurs — à la fois vive, organique et actuelle — combine des tons pastels et des nuances plus soutenues. Elle a été pensée pour maximiser l'impact visuel de nos outils de communication et renforcer la notoriété de notre réseau auprès d'une audience plus large et du grand public.

La nouvelle identité sera déployée progressivement, sur des outils moins visibles dans un premier temps puis, en octobre 2025 sur notre nouveau site web.

Un symbole qui insiste sur la force du réseau.

Face aux défis qui pèsent sur le secteur muséal, il nous paraît fondamental de rappeler l'importance de la solidarité et de la collaboration entre ses actrices et acteurs, en valorisant la visibilité et la puissance collective de notre réseau.

Le symbole associé au logo évoque plusieurs images fortes : un cercle, qui illustre un réseau solidaire et inclusif ; un soleil, représentant le rayonnement de ce même réseau ; ou encore une fleur, qui incarne l'épanouissement de ses acteurs ainsi que notre engagement dans la transition écologique.

Ce symbole, utilisé comme un électron libre en complément du logo rappelle l'inventivité et la créativité de notre secteur et de ses membres.

Dans un souci de valoriser l'écosystème créatif local, nous avons choisi de confier ce mandat à une travailleuse autonome issue d'une région du Québec, plutôt qu'à une grande firme.

C'est ainsi que Claudia Cormier, graphiste indépendante établie à Trois-Rivières, a conçu notre nouvelle identité visuelle. Elle collabore régulièrement avec des acteurs culturels, touristiques et municipaux de sa région.

« Cette nouvelle identité trace les contours d'un réseau muséal en pleine transformation, porté par la créativité, la solidarité et l'élan de celles et ceux qui le font vivre. Tout en faisant face à de nombreux enjeux, ce réseau se doit, plus que jamais, d'être visible. »

Lucile Gouge,
directrice des communications
et du marketing
de la Société des musées
du Québec



SOCIÉTÉ DES
**MUSÉES
DU QUÉBEC**

Contacts presse :

Lucile Gouge
directrice des communications
et du marketing

Adèle Melot
chargée de communication

communication@smq.qc.ca
T. : 514 987-3264
C. : 514 977-2279