



Passion et innovation

Le Salon de l'Auto de Montréal dévoile sa nouvelle identité

Montréal, le 24 octobre 2024 – Un logo totalement repensé, une approche novatrice, une vision de l'avenir : voilà ce que propose aujourd'hui le Salon de l'Auto de Montréal avec le dévoilement de sa nouvelle identité. Conçue pour répondre aux exigences des formats numériques modernes, cette refonte visuelle célèbre une industrie en perpétuelle évolution, symbolisée par la devise : « On existe seulement lorsqu'on avance ».

« Ce que nous dévoilons aujourd'hui est bien plus qu'une simple image de marque : c'est l'incarnation de notre vision pour l'avenir du Salon de l'Auto de Montréal, » déclare Denis Dessureault, vice-président exécutif du Salon de l'Auto de Montréal. « Cette refonte symbolise un moment clé dans notre évolution, reflétant notre engagement à rester à l'avant-garde de l'industrie et à rassembler tous ses acteurs, quelle que soit la motorisation. »

« Pour cette 80e édition et celles à venir, l'équipe s'investit pleinement pour répondre aux attentes des passionné.e.s, » ajoute Luis Pereira, directeur exécutif du Salon de l'Auto de Montréal. « Notre ambition est de réunir l'ensemble de l'industrie au sein d'un événement unique, capable de représenter tout le secteur automobile avec un logo distinctif et une vision commune. »

Une image évolutive et innovante

Associée à trois principes fondateurs, soit la passion, l'innovation et l'émotion, cette nouvelle image renforce le rôle central que le Salon de l'Auto de Montréal joue auprès des fabricants,

mais aussi auprès des visiteurs.euse.s qui, chaque année, cherchent des expériences uniques et des découvertes.

Inspiré par deux symboles universels de la conduite — la route et le volant —, le nouveau logo du Salon de l'Auto de Montréal dépasse l'imagerie automobile traditionnelle. Avec ses formes géométriques en 3D, il présente un design épuré et tourné vers l'avenir. Pensé pour évoluer, ce logo reflète les tendances et innovations du secteur, en proposant un univers captivant, créé pour inspirer les passionné.e.s de véhicules et répondre aux attentes des nouvelles générations. Les textures utilisées, comme le chrome, le verre et le caoutchouc sont caractéristiques du milieu automobile. Ce logo symbolise le mouvement, la vitesse et, surtout, l'idée que nous n'existons que lorsque nous avançons. Il pose les bases d'une nouvelle ère pour le Salon, reflétant une marque qui ne suit pas la route, mais qui la trace, tout en inspirant et guidant l'industrie.

L'accroche « *On existe seulement lorsqu'on avance* » reflète parfaitement l'esprit du Salon de l'Auto de Montréal et l'essence même de l'automobile : l'avancement et l'innovation. Il invite le public et l'industrie à se projeter vers l'avenir, à embrasser le changement et à toujours chercher à aller plus loin.

Une refonte soutenue par une analyse approfondie

Cette nouvelle identité est le fruit d'une analyse approfondie qui s'est appuyée sur des sondages, des ateliers créatifs et des groupes de discussion menés auprès de divers acteurs de l'industrie. L'équipe a consulté des fabricants automobiles, des concessionnaires, des visiteurs actuels, ainsi que le grand public. Catherine Lachance, directrice de création chez Récréation, l'agence responsable de la nouvelle image de marque, explique : « Nous avons conçu une image de marque audacieuse et flexible, qui reste fidèle aux racines du Salon. Chaque élément visuel, des lignes aux formes géométriques, représente la vitesse, le progrès et la passion pour l'automobile. »

Les résultats de ces études nous ont offert une vision claire pour l'avenir de l'événement. Notamment, un sondage a révélé que 91 % du grand public connaît le Salon de l'Auto de Montréal, ce qui témoigne de l'importance de celui-ci et de sa notoriété solidement ancrée au Québec. Ce chiffre souligne le rôle prépondérant du Salon de l'Auto de Montréal sur la scène locale et internationale de l'industrie automobile.

Une identité visuelle pensée pour l'ère numérique

Dans un monde de plus en plus connecté et dominé par les écrans de petite taille, le nouveau logo **SALON AUTO MTL** a été conçu pour s'adapter parfaitement à toutes les plateformes numériques, des applications mobiles aux réseaux sociaux, en passant par les publicités et les sites web. Cette identité visuelle, à la fois moderne et percutante, se déploie également avec impact sur les supports imprimés et lors de l'événement physique.

Dans le cadre de cette nouvelle image de marque, une refonte complète du site web a également été réalisée, le rendant plus dynamique et optimisant la navigation, notamment sur mobile. Les images et vidéos y occupent désormais une place centrale, renforçant l'immersion visuelle de l'événement. L'image de marque sera également déployée sur l'application mobile, garantissant une expérience utilisateur cohérente et immersive sur l'ensemble des supports numériques.

Le prochain rendez-vous du Salon de l'Auto de Montréal est prévu du 17 au 26 janvier 2025 au Palais des congrès. Présentée par iA Groupe financier, cette 80e édition promet de nombreuses nouveautés. Des annonces sur la programmation sont à venir.

Une collaboration créative de premier plan :

Agence Récréation

Antoine Goulet, directeur artistique

Catherine Lachance, directrice de création

Catherine Villeneuve, infographiste

Émilie Turcotte, designer graphique

Anne-Marie Roy, coordonnatrice de projet

Studio Nord-Est, modélisation 3D et motion design

Équipe Salon de l'Auto de Montréal : Denis Dessureault, Luis Pereira, Marilyne Gravel

-30-

Contacts Média

MARELLE COMMUNICATIONS

Marilyne Levesque

info@marellecommunications.com / 514-884-6351

Charlotte Isambert

cisambert@marellecommunications.com / 514-605-1807