

Politique de gouvernance

Cette politique décrit l'ensemble de la structure et de la gouvernance de l'organisation du fmi*igf.

1.1 Structure de gouvernance

1.1.1 Présentation de l'organisation nationale

1.1.1.1 Conseil d'administration (Conseil)

Des informations concernant les membres votants, les droits et les responsabilités du Conseil, le processus électoral des membres du Conseil et la procédure de destitution des membres du Conseil figurent dans les parties appropriées des règlements du fmi*igf, ainsi que dans la Politique relative au processus électoral du conseil d'administration et le Mandat du conseil d'administration national. Veuillez vous reporter à l'annexe 1 pour consulter cette politique et ce mandat. Les directeurs doivent signer une entente à la suite de leur élection au conseil d'administration. Veuillez vous reporter à l'annexe 2 pour obtenir une copie de l'entente.

1.1.1.2 Conseils et comités

Des informations sur la capacité du Conseil à créer des conseils et des comités et à établir leur mandat sont disponibles dans la partie « Comités » des règlements et du mandat du fmi*igf. Les trois principaux groupes de gouvernance du conseil sont le Conseil aviseur des sections, le Comité sur la gouvernance et les nominations, et le Comité des finances et de la vérification :

1.1.1.2.1 Conseil aviseur des sections (CAS)

Le CAS est un organisme consultatif régional regroupant des représentants dûment nommés des sections qui offrent au Conseil une ligne directrice, une orientation stratégique et un point de vue régional. Veuillez vous reporter à l'annexe 3 pour son mandat.

1.1.1.2.2 Comité sur la gouvernance et les nominations (CGN)

Le CGN surveille de façon générale la saine gouvernance de l'organisation et examine les qualifications des candidats proposés pour les élections au Conseil. Le CGN élabore et recommande au Conseil des politiques de gouvernance

d'entreprise et analyse le cadre d'évaluation du rendement du Conseil. Veuillez vous reporter à l'annexe 4 pour son mandat.

1.1.1.2.3 Comité des finances et de la vérification (CFV)

Le CFV agit à titre consultatif auprès du Conseil et assure la qualité et l'efficacité des informations financières en examinant et soumettant à l'approbation du Conseil les budgets, les états financiers, les politiques comptables, les vérifications internes et externes, et les plans et les informations de gestion. Le CFV agit en tant qu'intermédiaire entre le Conseil et ses vérificateurs. Veuillez vous reporter à l'annexe 5 pour son mandat.

1.1.1.2.4 Le président peut également créer d'autres comités, conseils ou groupes de travail pour faire face à des priorités stratégiques particulières.

- **Bureau national et infrastructure**

Le bureau national, sous la gouverne du chef de la direction (PDG), dispose d'une combinaison de postes permanents et contractuels. Le PDG recommandera au Conseil, pour approbation, les postes permanents nécessaires au fonctionnement du bureau.

En vertu du budget approuvé par le Conseil et du plan des RH du bureau national, le chef de la direction peut embaucher du personnel supplémentaire sur une base temporaire ou par le biais d'un contrat de service.

Le budget et le plan des RH sont soumis par le PDG à l'approbation du Conseil en même temps que la proposition du budget annuel.

1.1.1.3 Partenariats, affiliations et associations

Le fmi*igf s'associe avec diverses organisations afin d'atteindre ses objectifs et de fournir une valeur optimale à ses membres et aux participants à ses événements. Un partenariat pour un événement individuel peut être effectué par le biais d'arrangements informels, notamment avec des comités d'organisation ou un soutien financier conjoints. Toutefois, une affiliation ou un partenariat plus formels exigent une évaluation complète des risques et des avantages de cette relation.

Il existe huit catégories de partenariats :

- Les organisations internationales avec une mission similaire - Bien que la structure organisationnelle et les processus financiers soient différents dans chaque pays, de nombreux sujets d'intérêt commun peuvent faire l'objet d'un

partage de connaissances. L'Association of Government Accountants (AGA) aux États-Unis est un bel exemple de ce genre de partenariat.

- Les organismes d'agrément et de certification - Ce groupe de partenaires nationaux et régionaux comprend les Comptables professionnels agréés du Canada (CPA) et l'Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) qui se consacrent au perfectionnement professionnel (PP), à la recherche, au partage de connaissances, aux normes et aux pratiques exemplaires qui sont d'une importance capitale dans la gestion financière du secteur public. Ce groupe de partenaires comprend également les organismes de certification d'autres domaines connexes, tels que la gestion de projet et l'approvisionnement.
- Les organismes à but non lucratif canadiens - Le fmi*igf, tant au niveau national que régional, a été contacté de façon informelle par diverses organisations pour partager des informations, promouvoir mutuellement des événements ou organiser des webinaires conjoints.
- Les commandites commerciales - Des entreprises peuvent soutenir une ou plusieurs activités du fmi*igf (la Semaine de PP, l'AGSP ou des événements locaux des sections) en achetant un espace d'exposition ou des possibilités de commandite.
- Le milieu universitaire - Les partenariats avec des universités et leurs établissements affiliés offrent une occasion unique de rencontrer la prochaine génération d'intervenants, tout en se tenant au courant des tendances émergentes en leadership éclairé.
- Les groupes de leadership - Le fmi*igf a formé un partenariat avec le Conseil de l'ADPF (adjoint au dirigeant principal des finances) et le GAFPO (Groupe d'action des finances pour les petits organismes) afin de s'assurer que leurs préoccupations et leurs priorités en matière d'apprentissage sont prises en compte dans les offres de PP du fmi*igf.
- Les syndicats du secteur public - Le fmi*igf a formé un partenariat avec les syndicats du secteur public en ce qui concerne les ententes de commandite et les offres de webinaires.
- Les cabinets comptables - Ils peuvent agir à titre de commanditaires ou fournir des conférenciers pour les événements de PP ou les webinaires.

Les conditions d'affiliation ou de partenariat - Afin de déterminer le niveau le plus

approprié d'affiliation ou de partenariat, un certain nombre de facteurs doivent être pris en compte, y compris :

- les avantages ou les opportunités : l'accès à de nouveaux marchés pour les produits et les services du fmi*igf ;
- les connaissances acquises : l'enrichissement de la base de connaissances de l'organisation afin d'améliorer la qualité des programmes du fmi*igf ;
- les risques ou les menaces : pour le fmi*igf s'il soutient la concurrence, car des membres ou des participants pourraient décider de partir ;
- le degré d'effort pour maintenir l'affiliation ou le partenariat qui doivent produire des avantages tangibles.

Le fmi*igf devrait évaluer régulièrement ses ententes de partenariat afin de déterminer si les avantages l'emportent toujours sur les risques et les coûts de maintien du partenariat. Le formulaire d'évaluation figurant à l'annexe 6 peut être utilisé pour évaluer et garantir une approche claire et équitable des partenariats.

1.1.2 Aperçu des sections

1.1.2.1 Sections – Liste des sections actuelles

La liste suivante répertorie les sections approuvées par le fmi*igf dans toutes les provinces du Canada.

- Victoria
- Vancouver
- Edmonton
- Regina
- Manitoba
- Ontario
- capitale (Ottawa/Gatineau)
- Montréal
- Québec
- Fredericton
- sud-est du Nouveau-Brunswick
- Nouvelle-Écosse
- Île-du-Prince-Édouard
- St. John's

1.1.1.2 Sections – Exigences opérationnelles

- **Entente d'affiliation des sections**

Le mode opérationnel entre le fmi*igf et les sections est décrit dans l'entente d'affiliation des sections de l'annexe 7.

- **Fin d'exercice**

Les sections doivent avoir la même date de fin d'exercice que l'organisation nationale du fmi*igf pour faciliter une présentation standardisée des rapports financiers et opérationnels.

- **Règlements**

Les sections doivent présenter une copie de leurs règlements approuvés et toute modification ultérieure au bureau national du fmi*igf.

- **TPS/TVH**

Si les fournitures taxables annuelles d'une section sont inférieures à 30 000 \$, la section est considérée comme un petit fournisseur par l'Agence du revenu du Canada et n'est donc pas tenue de s'inscrire pour percevoir la TPS ou la TVH. Les sections ne peuvent pas utiliser le numéro d'entreprise national pour facturer des frais d'adhésion ou d'inscription aux ministères du gouvernement fédéral.

- **États financiers annuels**

Le fmi*igf ne prépare pas d'états financiers consolidés. Les sections doivent maintenir leur grand livre général selon la méthode de la comptabilité d'exercice et fournir leurs états financiers annuels individuels au bureau national d'ici la fin septembre de chaque année. Les sections sont encouragées à effectuer une vérification ou un examen chaque année.

- **Système d'inscription**

Les sections peuvent utiliser gratuitement le système d'inscription national pour leurs événements de PP.

- **Frais de service des cartes de crédit**

Le fmi*igf a négocié une entente avec les fournisseurs pour avoir des frais avantageux de carte de crédit, sans frais mensuels, pour les sections utilisant le système d'inscription national. Pour des raisons de confidentialité et de sécurité, les sections ne doivent pas partager les informations des cartes de crédit de leurs membres ou de leurs participants avec d'autres organismes, y compris le bureau national du fmi*igf. En outre, les informations des cartes de crédit (le nom du titulaire, le numéro de la carte, la date de fin de validité et le CVC) devraient être détruites et ne devraient pas être enregistrées en vue d'une utilisation ultérieure.

1.1.1.3 Sections – Énoncé général des responsabilités

- Chaque section doit respecter les directives sur l'image de marque du fmi*igf, telles que décrites dans l'annexe 10.
- Chaque section doit payer des frais annuels avant le 30 septembre, conformément aux règlements, aux règles et aux politiques du fmi*igf.
- La section doit conserver un minimum de 25 membres.
- La section doit poursuivre ses activités en bonne et due forme, en respectant les règlements, les règles et les politiques de l'organisation du fmi*igf.
- La section doit gérer ses affaires avec un conseil d'administration comprenant au moins cinq membres. Les noms de ses directeurs doivent être communiqués annuellement au bureau national. À titre de pratique exemplaire, le vice-président doit être inclus dans un plan de relève pour la section.
- Le président du conseil d'administration de la section doit participer activement en tant que membre du Conseil aviseur des sections du fmi*igf.
- Le président de la section peut désigner un représentant comme membre du Conseil aviseur des sections.
- Chaque section doit produire, à ses propres frais, des états financiers annuels. Chaque section doit fournir une copie de ses états financiers au bureau national du fmi*igf dans les trois mois suivant la fin de l'exercice financier de la section.
- La section doit conserver un excédent accumulé ou une valeur nette d'au moins 5 000 \$ de façon continue.
- La section doit, en tout temps, mener ses activités conformément à la mission, la vision, les valeurs et les objectifs du fmi*igf, comme indiqué dans l'entente d'affiliation des sections, ainsi que dans les lettres patentes, les règlements, les règles, les politiques et les documents internes du fmi*igf, et doit veiller à ce que ses activités ne nuisent pas au nom et à l'image publics du fmi*igf.
- La section peut poursuivre ses opérations sous l'égide de l'organisation nationale du fmi*igf ou peut choisir de se constituer en tant qu'organisme distinct, mais affilié. La constitution en société de la section doit être effectuée

en vertu des dispositions de la partie II de la *Loi sur les corporations canadiennes* (S.R. 1970, ch. C-32), et la section doit prendre en charge les frais relatifs à sa constitution en société.

1.1.1.4 Sections – Rôles de l'organisation nationale

Énoncé général des responsabilités du fmi*igf :

- Reconnaître et respecter l'autonomie de la section dans la gouvernance de ses affaires.
- Reconnaître et respecter le droit de la section de déterminer ses propres cotisations annuelles.
- Reconnaître que seules les personnes qui sont membres en règle d'une section sont éligibles pour siéger au conseil d'administration du fmi*igf.
- Offrir de l'aide aux sections pour organiser et promouvoir l'Atelier sur la gestion du secteur public (AGSP) lorsqu'elles ont été sélectionnées pour accueillir cet événement.
- Fournir des opportunités de communication pour que les sections partagent leurs pratiques exemplaires.
- Aider les sections à promouvoir leurs événements.
- Fournir du matériel promotionnel aux sections.
- Offrir des conseils et de l'aide aux conférenciers lors des événements locaux.

1.1.2 Aperçu de l'adhésion

L'adhésion nationale est ouverte à tous ceux qui participent à un événement national payant du fmi*igf et qui choisissent de devenir membres. Les participants aux événements du fmi*igf sont principalement des agents financiers des différents paliers du gouvernement (fédéral, provincial et municipal) qui s'intéressent à la gestion financière du secteur public. Les personnes qui n'ont pas participé à un événement national payant du fmi*igf, mais qui s'intéressent à l'organisation, peuvent choisir de devenir membres.

Les participants aux événements des sections peuvent devenir membres nationaux, mais ils peuvent également choisir d'être seulement membres de leur section.

Les avantages d'une adhésion nationale comprennent :

- des communications concernant les événements à venir
- des webinaires gratuits et dynamiques de perfectionnement professionnel
- des activités sociales et des événements de réseautage gratuits.

1.1.3 Aperçu des cotisations

Il n'y a aucuns frais de cotisation pour l'adhésion nationale. L'adhésion nationale expire le 30 juin de chaque année.

Les cotisations des sections varient selon la section.

1.2 Rôles et responsabilités du conseil d'administration

Les membres du Conseil sont élus pour un mandat de deux ans. Les directeurs doivent en tout temps fournir une orientation stratégique et promouvoir les meilleurs intérêts du fmi*igf. Ils doivent avoir de l'expérience au sein d'un conseil d'administration et travailler en collaboration avec les autres membres du Conseil. Des informations détaillées sur leur rôle et leurs responsabilités se trouvent dans le mandat.

1.3 Chef de la direction

1.3.1 Rôle et responsabilités

- Poste d'employé relevant du président
- Élabore les stratégies organisationnelles qui soutiennent les objectifs stratégiques définis par le Conseil, et supervise leur mise en œuvre
- Prépare le plan opérationnel annuel
- A l'autorité de doter les postes et de licencier un employé au besoin
- Gère l'ensemble du contenu et des publications en ligne des programmes nationaux
- Soutient le conseil d'administration en fournissant des rapports et des informations pour assurer la réalisation des objectifs stratégiques de l'organisation
- Soutient les sections en offrant des produits, de la formation et de l'aide
- Fait la promotion de la marque du fmi*igf auprès des intervenants clés
- Offre une gamme de produits novateurs qui soutient les sections.

1.3.2 Compétences clés

- Excellente aptitude à communiquer, de préférence bilingue
- Compétences en leadership
- Capacité d'écoute active
- Compétences analytiques et de résolution des problèmes.

1.3.3 Critères de sélection

- Sélectionné par un comité d'embauche

1.4. PRÉSIDENTS DES PROGRAMMES NATIONAUX

1.4.1 Président(s) de la Semaine de PP

1.4.1.1 Rôles et responsabilités

- Relève du chef de la direction
- Sous la direction du PDG, est responsable des activités de la Semaine de PP et veille au bon déroulement de l'événement
- Préside les réunions du comité d'organisation de la Semaine de PP
- Contribue à l'élaboration du programme de la Semaine de PP
- Participe à l'établissement du budget de l'événement
- Sert d'ambassadeur et de promoteur de l'événement dans la fonction publique

1.4.1.2 Compétences clés

- Aptitude solide à communiquer, de préférence bilingue
- Compétences en leadership
- Capacité d'écoute active
- Compétences analytiques et de résolution de problèmes

1.4.1.3 Critères de sélection

- Devrait avoir d'excellentes relations avec la haute direction de la fonction publique fédérale

1.4.1.4 Mandat

- Un an

1.4.2 Vice-président(s) de la Semaine de PP

1.4.2.1 Rôles et responsabilités

- Remplace le président du comité d'organisation de la Semaine de PP au besoin
- Contribue à l'élaboration du programme de la Semaine de PP
- Participe à l'établissement du budget de l'événement
- Normalement, après un an, le vice-président de la Semaine de PP assume les fonctions de président de la Semaine de PP

1.4.2.2 Compétences clés

- Aptitude solide à communiquer, de préférence bilingue
- Compétences en leadership
- Capacité d'écoute active
- Compétences analytiques et de résolution de problèmes

1.4.2.3 Critères de sélection

- Devrait avoir d'excellentes relations avec la haute direction de la fonction publique fédérale

1.4.2.4 Mandat

- Un an

1.4.3 Président(s) de l'AGSP

1.4.3.3 Rôles et responsabilités

- Relève du chef de la direction
- Sous la direction du PDG, est responsable des activités de l'AGSP et veille au bon déroulement de l'événement
- Contribue à l'élaboration du programme de l'AGSP
- Participe à l'établissement du budget de l'événement
- Aide à identifier les conférenciers nationaux pour l'AGSP
- En tant que représentant officiel du bureau national dans la section, s'assure que le comité d'organisation de l'AGSP respecte les politiques nationales du fmi*igf.
- Présente chaque mois des comptes rendus des activités au PDG.

1.4.3.4 Compétences clés

- Aptitude solide à communiquer, de préférence bilingue
- Compétences en leadership

- Capacité d'écoute active
- Compétences analytiques et de résolution de problèmes

1.4.3.5 Critères de sélection

- Doit être membre de la section qui accueille l'AGSP
- Devrait avoir d'excellentes relations avec la haute direction de la fonction publique.

1.4.3.6 Mandat

- Deux ans

1.5 Assurance de la responsabilité civile des dirigeants

- Il y a une police d'assurance de la responsabilité civile des administrateurs et des dirigeants pour l'Institut de la gestion financière du Canada et l'ensemble de ses sections.
- La prime d'assurance du fmi*igf est payée par le bureau national.
- Elle couvre tous les membres du conseil d'administration national du fmi*igf et du Conseil aviseur des sections.
- Le plafond de garantie de la responsabilité est de 5 millions de dollars pour chaque année d'assurance. Veuillez consulter l'annexe 8 pour plus d'informations.

1.6 Assurance responsabilité civile générale

1.6.1 Il y a une police d'assurance responsabilité civile générale pour l'Institut de la gestion financière du Canada et l'ensemble de ses sections et ses événements.

1.6.2 Elle couvre tous les événements nationaux et régionaux. Veuillez vous reporter à l'annexe 9 pour une description des couvertures et des limites de l'assurance.

1.7 Planification et production de rapports

1.7.1 Plan stratégique

En février/mars, le Conseil se réunit pour préparer un plan stratégique qui établit le cadre d'action du fmi*igf pour les trois prochaines années. Il oriente les activités afin de s'assurer que les ressources et les efforts se concentrent sur la mission et la

vision du fmi*igf. Les priorités sont déterminées, et au sein de chaque priorité stratégique, les objectifs sont énoncés de manière à clarifier la stratégie.

L'objectif et les éléments du plan stratégique comprennent :

- élaborer une stratégie pour attirer des bénévoles
- élaborer une stratégie pour attirer des participants aux événements afin d'étendre la base de participation
- fournir un forum pour échanger de nouvelles idées
- décrire et attribuer la responsabilité
- établir un échéancier pour l'accomplissement des objectifs
- assurer la responsabilisation.

Le plan stratégique sera révisé et mis à jour chaque année pour qu'il soit, pour ainsi dire, « évolutif ». Le plan stratégique sera soutenu par un plan d'action opérationnel annuel préparé par le PDG qui définira des activités spécifiques à entreprendre pour appuyer la réalisation de ces priorités et ces objectifs stratégiques. Il est important de souligner que ce plan stratégique s'étend sur trois ans. On ne s'attend pas à ce que le plan opérationnel de chaque année aborde complètement chaque priorité/objectif stratégique. Cependant, il est important que des progrès soient réalisés chaque année pour que la stratégie globale soit accomplie dans ce laps de temps.

1.7.2 Plan d'action opérationnel

Un plan d'action opérationnel est préparé chaque année pour l'année à venir. Il présente des résultats qui sont concrets et qui peuvent être évalués dans le contexte du plan stratégique.

1.7.2.1 L'échéancier du plan d'action opérationnel est le suivant :

- Le chef de la direction rencontre son personnel en mars/avril pour réviser le plan stratégique en vue d'établir les priorités de l'année à venir.
- Le budget est élaboré et approuvé en mars.
- Le plan opérationnel et le plan des RH sont terminés d'ici le 30 avril.
- Le Conseil examine et approuve le plan d'action opérationnel lors de la réunion du Conseil durant l'AGSP.
- Le PDG fournit des rapports d'étape lorsque le Conseil le demande, au minimum tous les trimestres.

1.8 Production de rapports

1.8.1 À la fin de l'exercice financier, le bureau national commencera à recueillir des données pour le rapport annuel. Les sections seront invitées à présenter un certain nombre d'éléments pour suivre leurs progrès, à savoir :

- le nombre d'événements
- la participation pour chaque événement
- les participants et les membres.

1.8.2 Les sections doivent envoyer leurs états financiers au secrétaire-trésorier d'ici le 30 septembre. Il présentera la situation financière des sections.

1.8.3 Les directeurs doivent rendre compte de leurs activités et des progrès relatifs à leurs responsabilités individuelles et leurs objectifs connexes à chaque réunion du conseil d'administration.

1.8.4 Les présidents des sections doivent présenter un bref rapport d'étape à chaque réunion du Conseil aviseur des sections.

1.8.5 Les directeurs régionaux doivent organiser plusieurs téléconférences avec les présidents de leurs sections tout au long de l'année et assister à au moins une réunion en personne durant les mois d'hiver pour évaluer la santé des sections de leur région.

1.8.6 Le président fournit des mises à jour aux membres au moins trois fois par an, qui sont publiées sur le site Web.

1.8.7 Le PDG fournit les rapports demandés par le Conseil avant chaque réunion du Conseil.

1.9 Langues officielles

1.9.1 Lieu de travail

Toutes les communications internes émanant du bureau national devraient respecter la langue officielle préférée du destinataire.

Le bureau national publiera ou fournira les versions française et anglaise du texte pour toute correspondance largement distribuée.

Tous les formulaires seront disponibles en français et en anglais, de préférence en format bilingue recto verso.

Les contrats seront disponibles dans la langue préférée du fournisseur.

1.9.2 Communications avec les intervenants

Tous les documents promotionnels produits par le bureau national doivent paraître dans les deux langues officielles.

Le papier à lettres doit inclure le logo national bilingue du fmi*igf et être conforme à la marque.

Certaines applications du site Web seront disponibles dans les deux langues officielles, lorsqu'elles sont partagées à l'échelle nationale (p. ex., systèmes d'inscription, base de données des conférenciers, connexion des membres du conseil, connexion des membres, etc.). Sur demande, le bureau national arrangera la traduction des documents unilingues des sections.

Toutes les publications nationales seront disponibles en français et en anglais. Ces documents doivent être imprimés recto verso ou côte à côte. Les publications dans des versions séparées devraient comporter une note indiquant leur disponibilité dans d'autres langues.

Les documents seront produits en anglais pour les médias anglais et en français pour les médias français.

1.9.3 Réunions

L'anglais sera la langue de travail utilisée lors des réunions du conseil d'administration et du Conseil avisier des sections (CAS). Au cours des réunions du CAS, les participants sont encouragés à utiliser la langue officielle de leur choix. Sur demande, le président ou un membre suppléant offrira des commentaires, une traduction ou des précisions concernant la réunion.

Tous les documents des réunions du CAS, à l'exception des rapports des directeurs, doivent être disponibles dans les deux langues officielles. Étant donné que la distribution des rapports des directeurs est limitée, ces rapports peuvent être fournis dans une seule langue officielle. Une traduction des rapports des directeurs sera effectuée à la demande d'un membre du Conseil.

1.10 Communications et marketing

Directives concernant le logo du fmi*igf

L'utilisation et la présentation appropriées du logo du fmi*igf dans le programme d'image de marque sont essentielles pour obtenir une image de marque homogène. Les directives suivantes décrivent la mise en œuvre d'une identité solide et unique pour le fmi*igf. Elles ont été élaborées pour assurer une utilisation appropriée et cohérente du logo officiel.

Le bureau national du fmi*igf offre des directives et plusieurs versions du logo. Ce logo devrait être utilisé dans tous les papiers à lettres, les documents et les publications des sections.

Cela comprend les annonces publicitaires, les bulletins d'information, les en-têtes de lettres, les présentations, les brochures, les cartes de visite, les enveloppes, les insignes d'identité, les bannières, les communiqués de presse, les programmes, les panneaux et tout autre document promotionnel.

Couleur

Le logo doit figurer dans ses couleurs PMS ou en noir et blanc. Le logo doit figurer sur fond blanc, mais ne doit jamais être placé sur des images ou des graphiques complexes. Dans la mesure du possible, le logo devrait être utilisé avec ses couleurs réelles. Ses couleurs Pantone sont :

Vert PMS 555

Rouge PMS 032

Pour obtenir plus d'informations, veuillez consulter le tableau des couleurs Pantone.

Format et résolution

Les logos sont disponibles dans différents formats et différentes résolutions pour répondre à une variété de besoins. La plupart des imprimeurs exigeront un fichier AI (Adobe Illustrator) ou EPS (vectoriel) qui sera utilisé dans les scénarios d'impression numérique ou offset.

Taille et intégrité

Lors du redimensionnement du logo, l'intégrité et les proportions de tous les éléments du logo doivent être maintenues.

Le logo peut être redimensionné, mais les proportions doivent être conservées pour qu'il reste lisible.

Lors du redimensionnement du logo, sa forme ne devrait pas être déformée.

Le logo est un élément graphique et non pas un type de caractères. Ne copiez/collez aucun élément du logo pour l'utiliser dans une phrase. Utilisez des lettres minuscules lorsque vous intégrez le nom de l'organisation (fmi*igf) dans une phrase, qu'il soit en anglais ou en français.

Toutes les informations sur les directives de la marque du fmi*igf figurent à l'annexe 10.

LISTE DES ANNEXES

Hyperliens vers :

- Annexe 1 : Mandat du conseil d'administration national
Politique relative au processus électoral du conseil
d'administration
- Annexe 2 : Entente du conseil d'administration
- Annexe 3 : Mandat du Conseil aviseur des sections
- Annexe 4 : Mandat du Comité sur la gouvernance et les nominations
- Annexe 5 : Mandat du Comité des finances et de la vérification
- Annexe 6 : Évaluation des partenariats
- Annexe 7 : Entente d'affiliation des sections
- Annexe 8 : Assurance de la responsabilité civile des dirigeants
- Annexe 9 : Assurance responsabilité civile générale
- Annexe 10 : Directives relatives à l'image de marque