



Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole

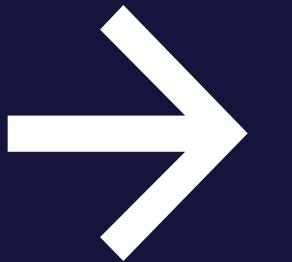


Livre de marque

Index

.01	Avant-propos	3	.08	Typographie	36
.02	Fondement	5	.09	Compositions graphiques ...	41
.03	Positionnement	12	.10	Imagerie	47
.04	Tonalité du message	14	.11	Activation de la marque	50
.05	Logo	16			
.06	Sections	24			
.07	Palette de couleurs	32			

Avant-propos



Contexte

Le monde qui nous entoure continue d'évoluer et les perspectives culturelles et sociétales changent, tout comme l'ICM.

Les sections et les sociétés de l'ICM sont particulièrement bien placées pour contribuer à façonner le paysage minier canadien, inspirer la prochaine génération de praticiens et influencer la façon dont l'industrie est perçue par la société.

Chacun d'entre nous est un acteur essentiel de l'évolution des normes par le biais de la diversité et de la durabilité, afin de créer ensemble un impact positif.

Et avec l'évolution naissent des opportunités.

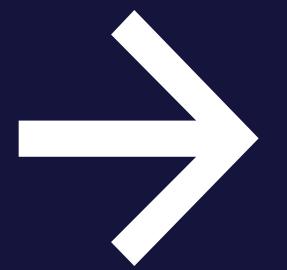
Opportunité

L'ICM met en relation des professionnels pour aborder les questions pertinentes de l'industrie par le biais de congrès locaux et nationaux, d'opportunités de réseautage et d'événements sociaux.

Nous accueillons des individus, des groupes et des organisations de différentes disciplines et domaines de l'industrie, quel que soit leur niveau d'expérience, afin de favoriser l'apprentissage, le mentorat et l'acquisition d'expertise.

Nous nous engageons à soutenir le leadership mondial de l'industrie dans le domaine de l'exploitation minière durable et responsable, en fournissant des ressources techniques continues et des opportunités de développement professionnel, y compris des bourses d'étude et des prix.

Fondement



Notre histoire

L'ICM fait partie de l'histoire du Canada. L'institut a été créé par des personnes de l'industrie minière qui cherchaient un moyen de collaboration et de communication d'idées et d'expertise.

Since 1898, we have grown from a small association to Canada's leading professional association for minerals-related industries, with technical societies, committees and local branches.

Notre mission

Cultiver la connaissance, les pratiques de pointe et l'innovation pour soutenir nos membres, améliorer la sensibilisation de la société à notre industrie et faire évoluer le secteur de manière responsable.

OneCIM

Travailler collectivement pour faire progresser les pratiques de l'industrie vers un avenir plus responsable.

OneCIM est représentative de l'ensemble de notre communauté : elle est composée de nos sociétés techniques, de nos sections locales, de nos sections régionales, de nos comités d'experts, de nos sections étudiantes et de nos bénévoles dévoués.

10K+

MEMBRES DE L'ICM

12

COMITÉS

1

DIRECTION DES NORMES,
DES LIGNES DIRECTRICES
ET DES PRATIQUES
EXEMPLAIRES

11

SOCIÉTÉS

30

SECTIONS
LOCALES ET
INTERNATIONALES

Notre objectif

Permettre à un réseau de professionnels de collaborer à un avenir durable et d'accélérer le développement de l'industrie.

Ce en quoi nous croyons

Collaboration

Nous croyons que la collaboration mène à un avenir durable.

Adhésion

Nous croyons que l'adhésion favorise le développement personnel et professionnel.

Engagement

Nous croyons que l'engagement permet de mieux faire connaître la contribution essentielle de l'industrie minière à la société.

Notre vision

**Collaborer pour un avenir
durable.**

Positionnement



Prise de position

Forging a responsible future, together

Depuis plus de 125 ans, l'ICM soutient une communauté de professionnels de l'exploitation minière qui cherchent à propulser notre industrie vers un avenir plus responsable.

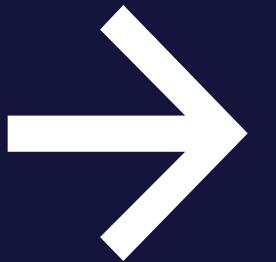
Un avenir où nos voix diverses et notre expertise s'unissent pour modifier les perceptions, rechercher la durabilité et faire évoluer les méthodes de travail de l'intérieur.

Chaque section, société et membre joue un rôle dans le développement de pratiques de pointe qui ont un impact positif sur notre industrie et s'alignent sur les attentes et les valeurs de la société moderne.

À l'ICM, nous aidons les professionnels comme vous à s'engager sur la voie de l'avenir en intégrant une culture consciente au sein de l'industrie minière. En tant que membre, vous faites partie d'une culture qui célèbre les nouvelles perspectives et les réussites individuelles dans le cadre de la croissance collective.

Ensemble, nous pouvons parvenir à une industrie durable et ouvrir la voie à un avenir plus prospère pour l'exploitation minière au sein de la société.

Tonalité du message



Cadre du message

PERSONNALITÉ

Le ton de l'ICM est essentiel pour établir un climat de confiance au sein de nos nombreux publics. La cohérence du langage et du style garantit que nous communiquons nos valeurs et que nous agissons en tant que leaders et éclaireurs, quelle que soit la perception.

Nous parlons avec sagesse, à la manière d'un éducateur, d'un mentor ou d'un conseiller moderne. Nous sommes une organisation établie qui se concentre sur l'unification de notre réseau et nous utilisons un langage et des messages inclusifs pour permettre une croissance collective et un avenir durable au sein de notre industrie.

Professionnel et accessible

Perspicace et instructif

Inclusif et digne de confiance

TONALITÉ DU MESSAGE

En général, notre ton est celui de la conversation. Nous nous adressons à notre public d'une manière qui nous est naturelle, compétente et décontractée. En tant qu'experts, nous cherchons à favoriser un espace de croissance collective. Nous nous adressons d'abord à notre communauté, tout en veillant à ne pas exclure les autres. Nous reconnaissons et célébrons leurs contributions à nos objectifs les plus importants.

Avisé, mais pas ennuyeux

En tant que leaders d'opinion, nous écrivons à la voix active pour paraître plus directs et confiants. Nous utilisons un ton optimiste pour ne pas être perçus comme monotones, et nous évitons d'utiliser un vocabulaire complexe dans la mesure du possible, sauf si cela semble naturel.

Une approche conversationnelle, mais pas informelle

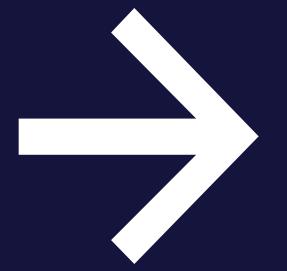
Nous sommes des communicateurs confiants, avec un héritage et des décennies d'impact qui prouvent notre position d'autorité et d'expertise dans l'industrie.

Nous ne sommes pas arrogants, nous célébrons notre histoire, et nous faisons preuve de leadership aux côtés de notre communauté avec des objectifs pour l'avenir.

Confiant, mais pas prétentieux

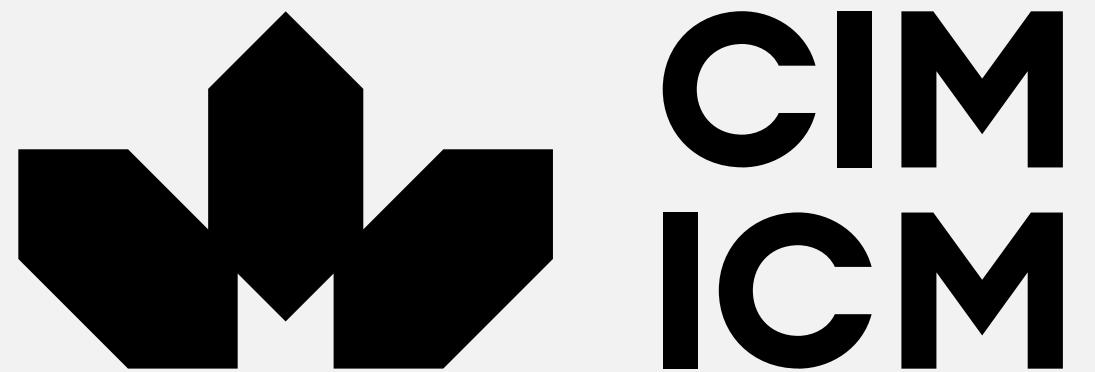
Nous formulons nos messages avec un ton ouvert et décontracté pour garantir leur pertinence auprès de notre large public, tout en évitant l'humour déplacé afin de préserver la confiance et le professionnalisme.

Logo



Logo complet

Le logo complet peut être utilisé dans tous les supports de communication, imprimés et numériques, afin de garantir une expression cohérente sur toutes les plateformes, dans les cas où le nom complet de l'institut est facilement lisible. Le logo ne doit pas être modifié de quelque manière que ce soit.



**Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum**
**Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole**

Reproduction du logo

Lorsque le logo est utilisé ou reproduit, il doit toujours être entouré d'un espace clair afin d'en assurer la visibilité et la cohérence.

C'est pourquoi une zone d'exclusion est ajoutée autour du logo. Elle détermine le point le plus proche où tout autre élément graphique ou texte peut être placé autour du logo.

Création de la zone d'exclusion :

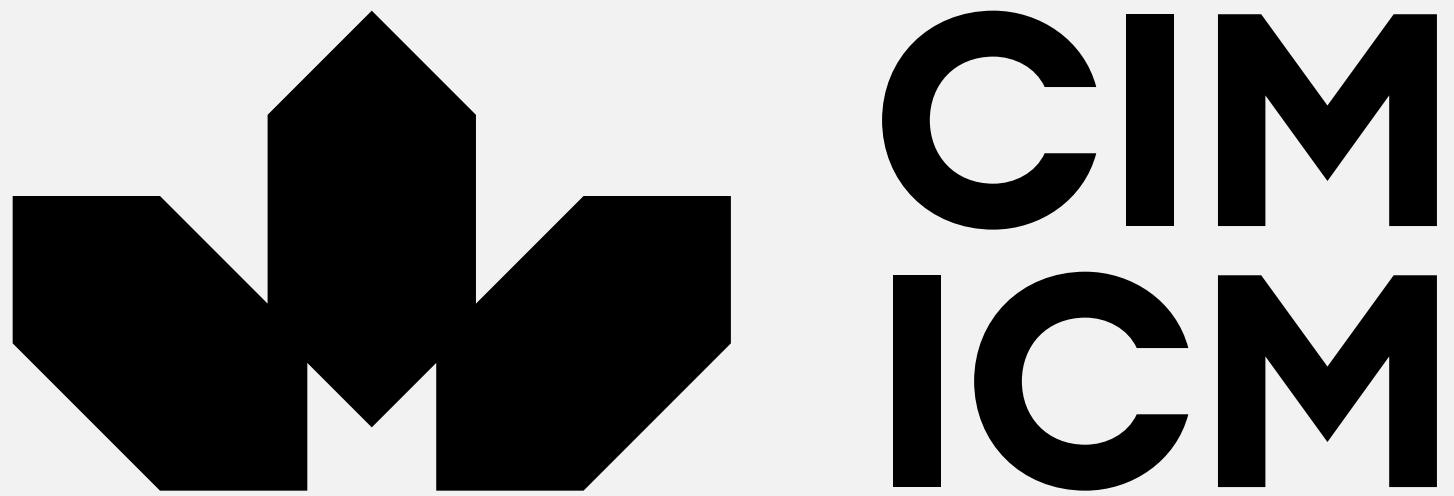
Les minéraux formant la feuille d'érable CIM ICM sont constitués de 2 carrés de taille égale. Le carré est utilisé comme guide pour définir l'espacement entre les différents éléments du logo ainsi qu'autour du logo complet. La zone d'espace blanc illustrée dans l'exemple est la zone d'exclusion du logo complet et ne doit en aucun cas être modifiée.

Une zone d'exclusion doit être appliquée à tous les logos des sections de l'ICM CIM.



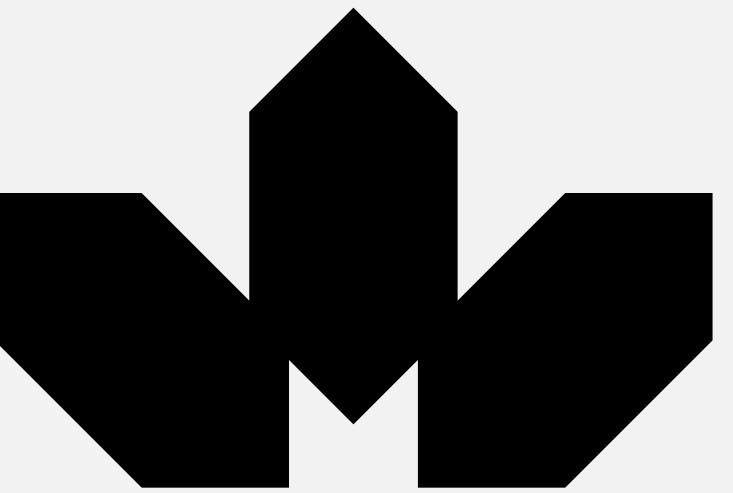
Logo réduit

Le logo réduit peut être utilisé dans tous les supports de communication où l'espace est limité (par exemple, les messages sur les médias sociaux). Le logo réduit ne doit pas être modifié de quelque manière que ce soit.



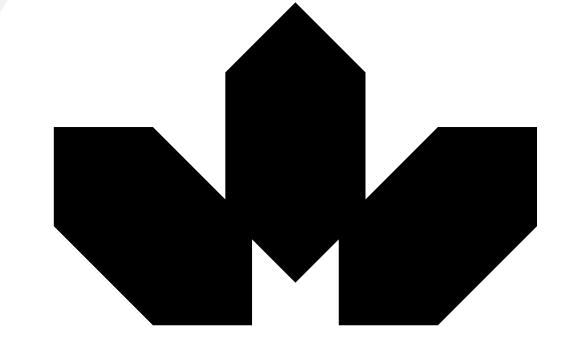
Logomarque

Un logomarque est utilisé pour renforcer l'identité de la marque - il s'agit d'une image ou d'un symbole utilisé pour représenter notre entreprise/marque. Le logomarque peut être utilisé dans toutes les communications où l'espace est limité, par exemple sur les profils de médias sociaux.



Favicône

Un favicône est une icône de navigateur qui représente une marque ou un site Web. Nous utilisons le logomarque pour créer un favicône lorsque la version complète du logo n'est pas adaptée. Par exemple, sur les favicons, les favicônes d'applications et les profils de médias sociaux.



Utilisation des couleurs du logo

Les couleurs du logomarque et du mot-symbole doivent toujours être en noir ou en blanc. Il convient de veiller à ce qu'il y ait un contraste clair avec l'arrière-plan.



Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole



Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole



Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole

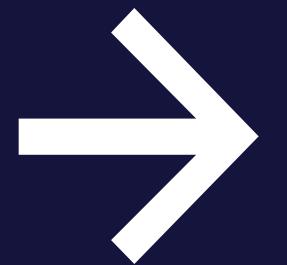
Utilisation incorrecte du logo

Notre logo doit toujours être utilisé de la même manière, conformément à nos lignes directrices, afin d'éviter toute confusion et de maintenir une certaine cohérence.

1. Ne pas déformer le logo.
2. Ne pas faire pivoter le logo.
3. Ne pas modifier les proportions.
4. Ne pas ajouter d'effet au logo.
5. Ne pas réorganiser les éléments du logo principal.
6. Ne jamais utiliser le logo sans le logomarque.



Sections



Logos des sections

Le logo des sections peut être utilisé dans tous les supports de communication, imprimés et numériques, afin de garantir une expression cohérente sur toutes les plateformes, dans les cas où le nom complet de la section est facilement lisible. Le logo ne doit en aucun cas être modifié.



Conception du logo des sections

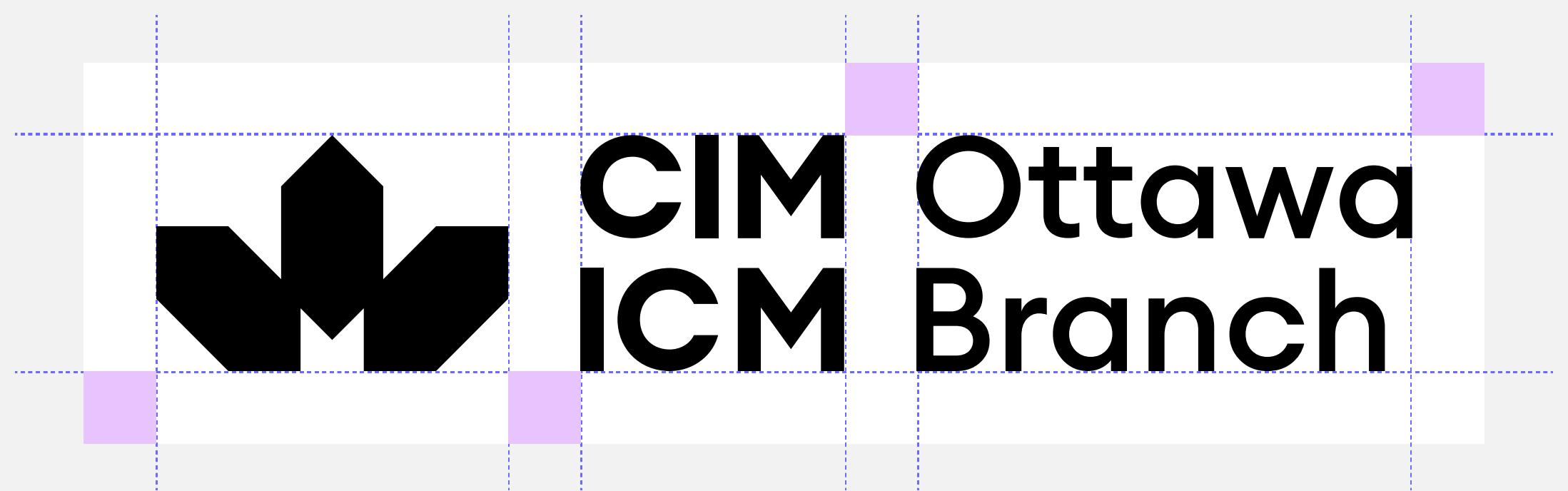
Pour assurer une bonne visibilité et une bonne cohérence lors de l'utilisation ou de la conception du logo des sections, il convient de toujours veiller à ce qu'il soit entouré d'une zone d'exclusion. Cette zone détermine la plus grande proximité autorisée entre le logo et tout autre élément graphique ou texte.

Le logo des sections comprend la feuille minérale, l'acronyme CIM ICM, le nom de la section et le mot « Section ». Cette structure garantit deux lignes de texte, même avec un nom de section court.

Pour établir la zone d'exclusion de toutes les versions des logos ICM et des sous-marques, voir les instructions à la page 16.

Espace entre les éléments

1 carré

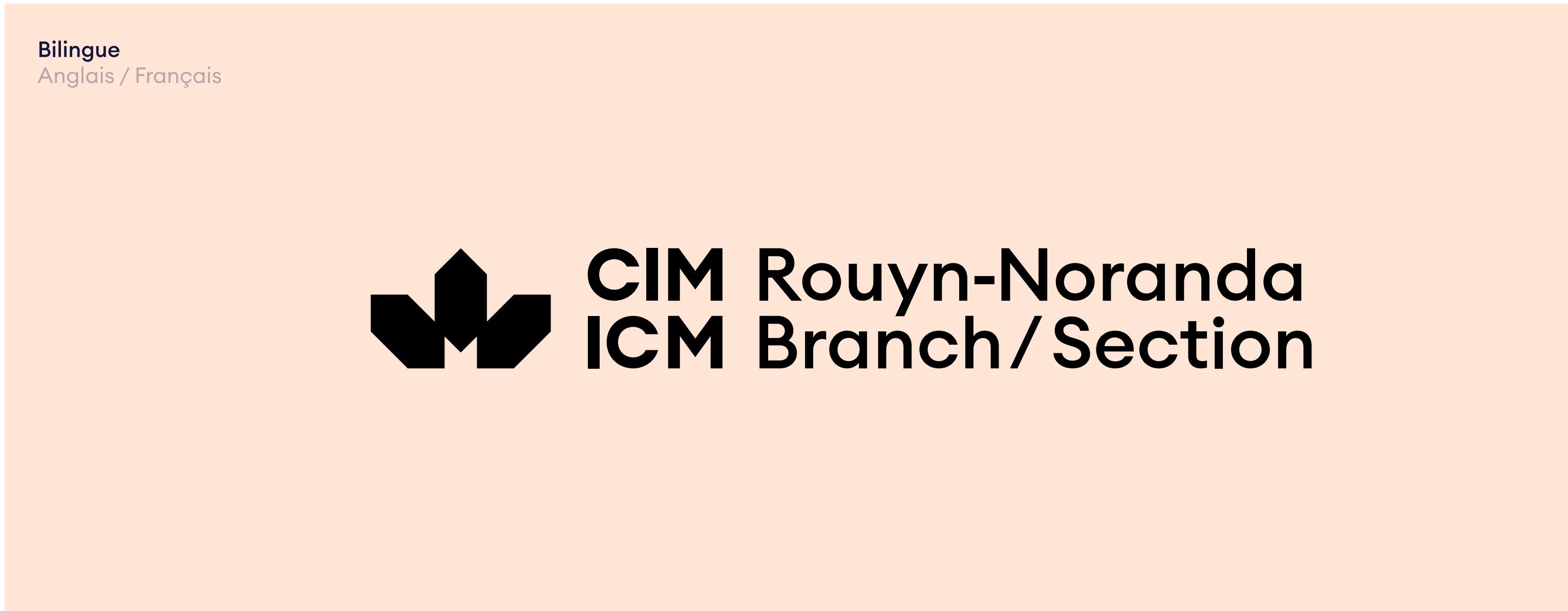


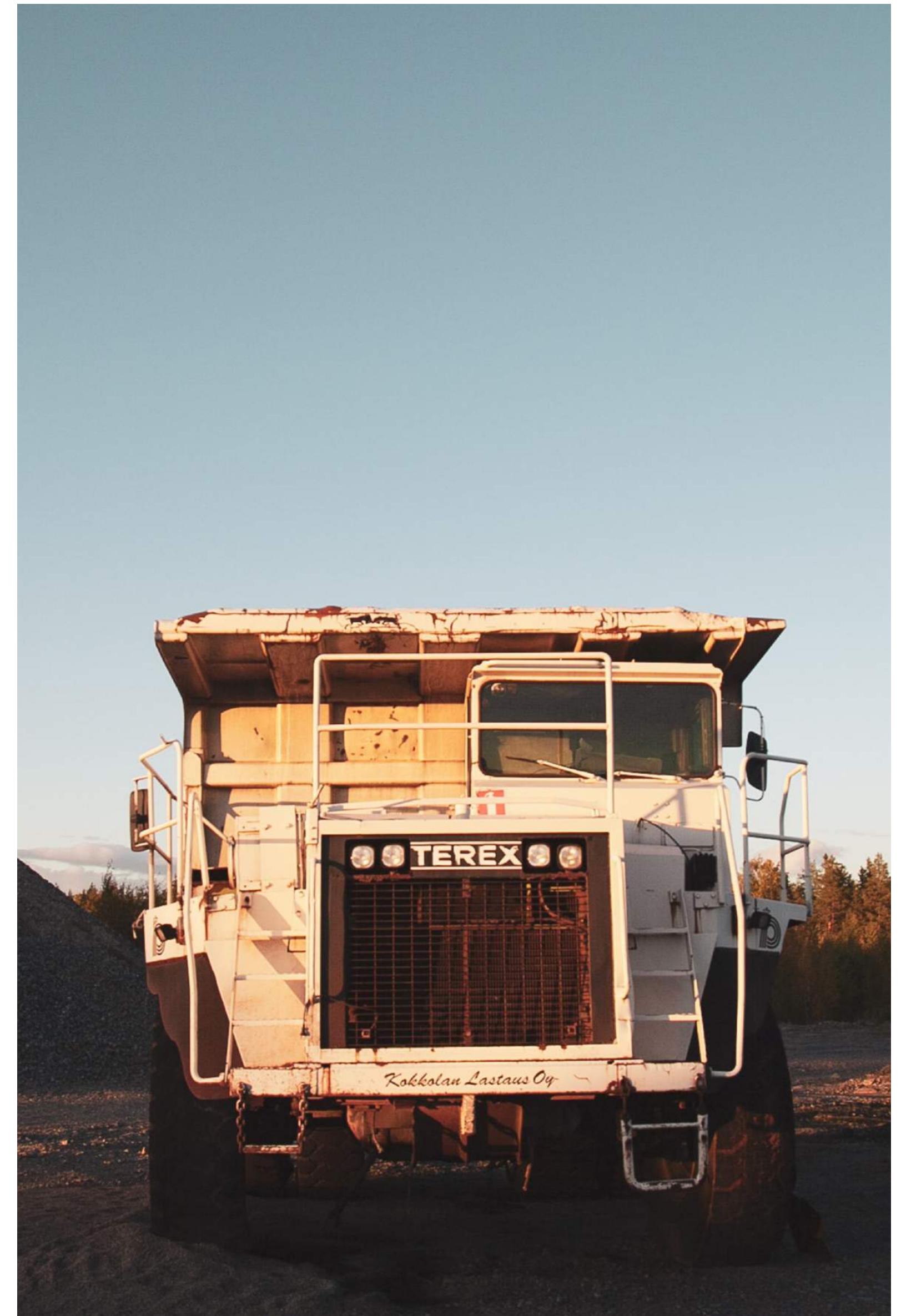
Unilingue
Français



Bilingue
Anglais / Français

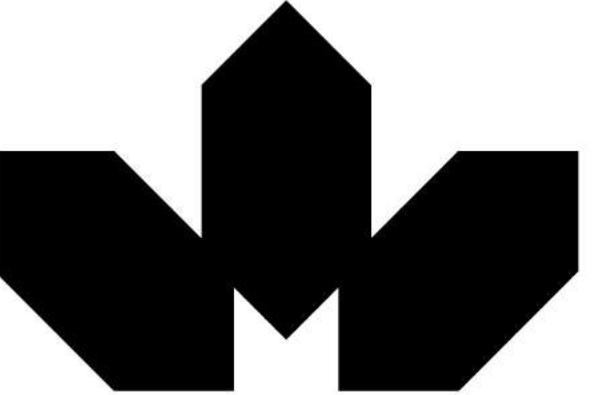






Logos de la section pour les médias sociaux

Les profils de médias sociaux ne permettent pas une grande flexibilité dans la conception des logos de marque, une version simplifiée est donc nécessaire. Dans cette version simplifiée, le symbole de la marque est placé sur un fond rectangulaire qui comprend le nom de la section, comme l'illustrent les exemples suivants.



Porcupine

Conception du logo des sections pour les médias sociaux

Pour créer cette version du logo des sections, nous prenons le fond rectangulaire contenant le nom de la section dans le logo complet des sections et nous le positionnons au bas d'un carré. Seul le symbole est visible en haut, centré et aligné dans l'espace blanc.

L'espace à droite et à gauche du symbole est directement proportionnel au carré créé dans la forme du minéral, comme le montre l'exemple.

La taille du texte devrait être augmentée de 40 % pour améliorer la visibilité.

Logo original de section



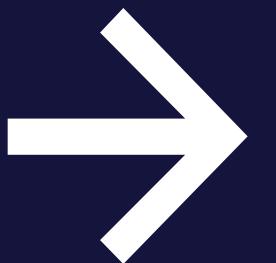
Logo de la section pour les médias sociaux



Construction



Palette de couleurs



Palette de couleurs - Primaire

Notre palette de couleurs primaires est composée de noir, de bleu marine et de blanc.



Palette de couleurs - Secondaire

Notre palette de couleurs secondaires se compose d'une multitude de tons qui peuvent être utilisés comme couleurs de fond ou compositions graphiques sur le matériel de marketing et de promotion, sur les médias sociaux ou sur le web.

Il est important de n'utiliser qu'une seule couleur à la fois et de ne pas utiliser de couleurs pour la typographie. La typographie et/ou le logo doivent toujours être en noir ou en blanc et reposer sur des couleurs qui créent un contraste suffisant pour assurer la lisibilité.

#F7BD13	#F9C83A	#FAD362	#FBDE89	#FCE9B0	#FEF4D8
#FF6204	#FF7C2E	#FF9658	#FFB081	#FFCBAB	#FFE5D5
#980003	#D30005	#FF1015	#FF4C50	#FF888A	#FFC3C5
#47932A	#5BBC36	#7ACF58	#9BDB82	#BCE7AC	#DEF3D5
#0B7392	#0F9EC8	#24C1EE	#5BD0F2	#92EOF7	#C8EFFB
#5A0394	#7D05CE	#9E15FA	#B64FFB	#CE8AFC	#E7C4FE
#14143C	#212878	#2E3CB4	#3B50F0	#4878F0	#55A0F0
#292B31	#525662	#7B8193	#A4ABC3	#BAC0D2	#D1D5E1

À faire et à ne pas faire

Voici des règles et des exemples d'utilisation des couleurs de la palette.

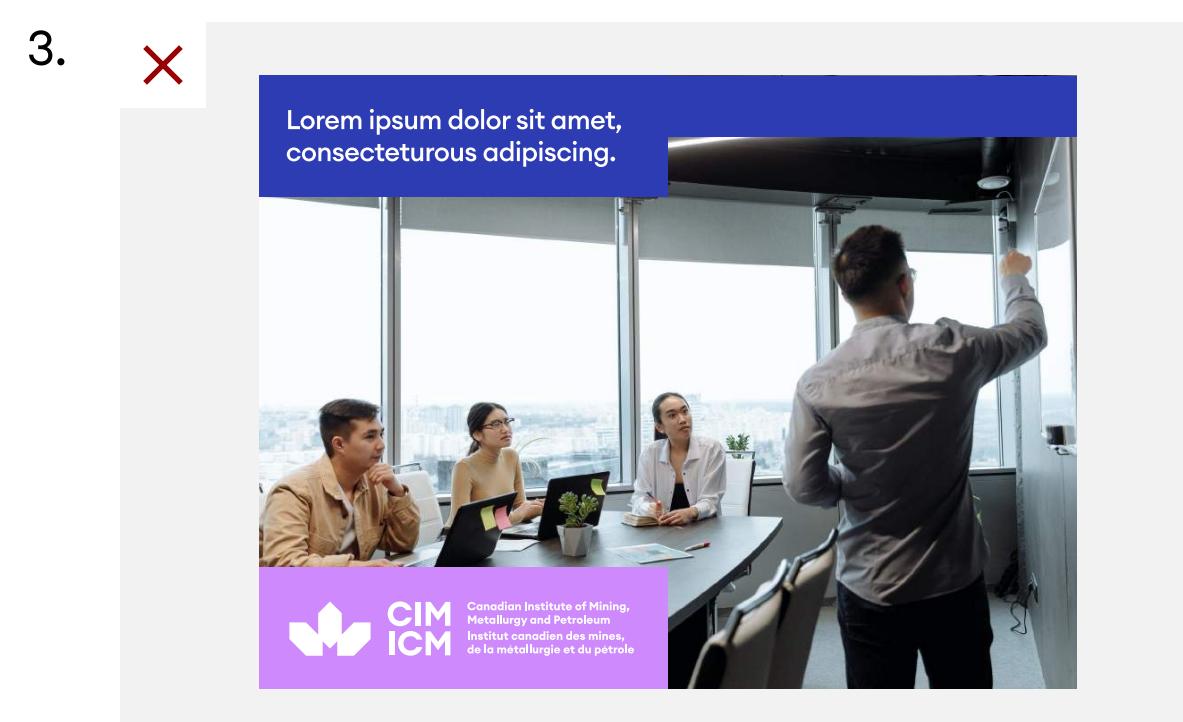
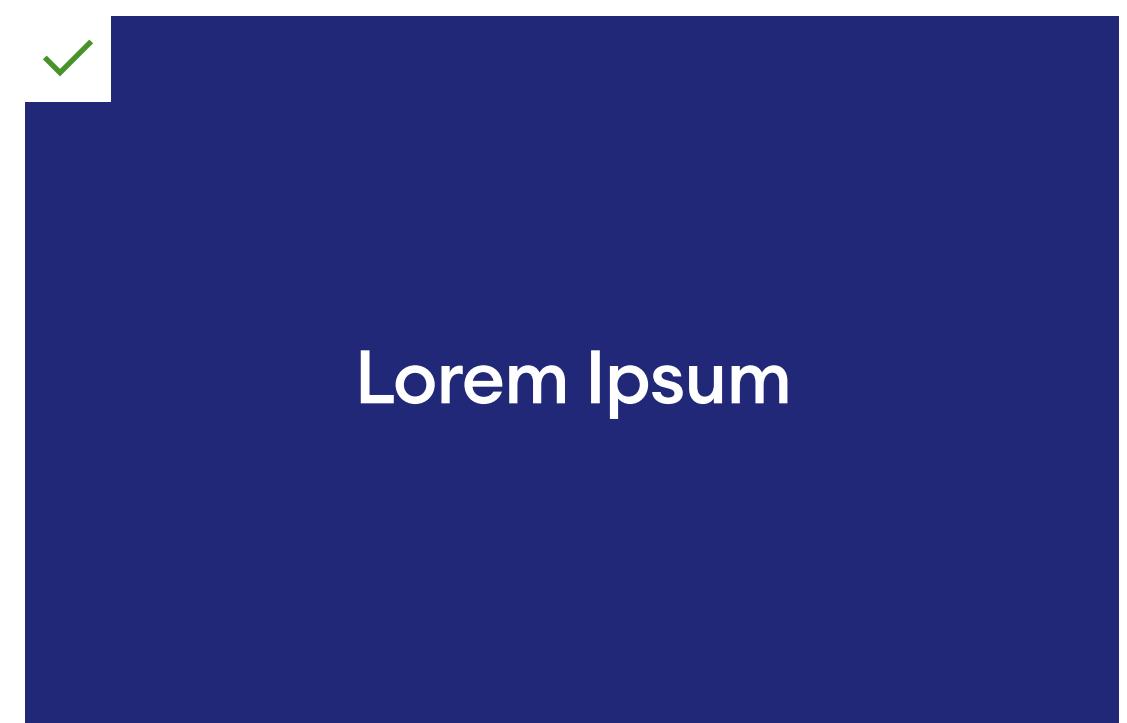
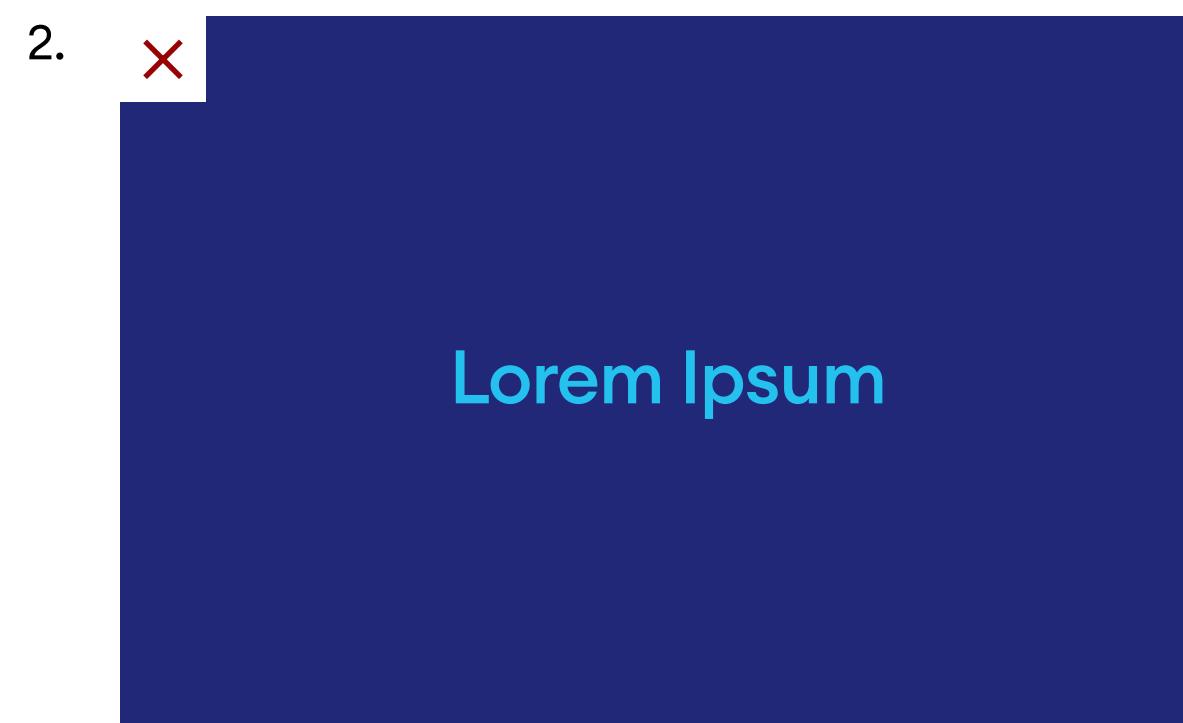
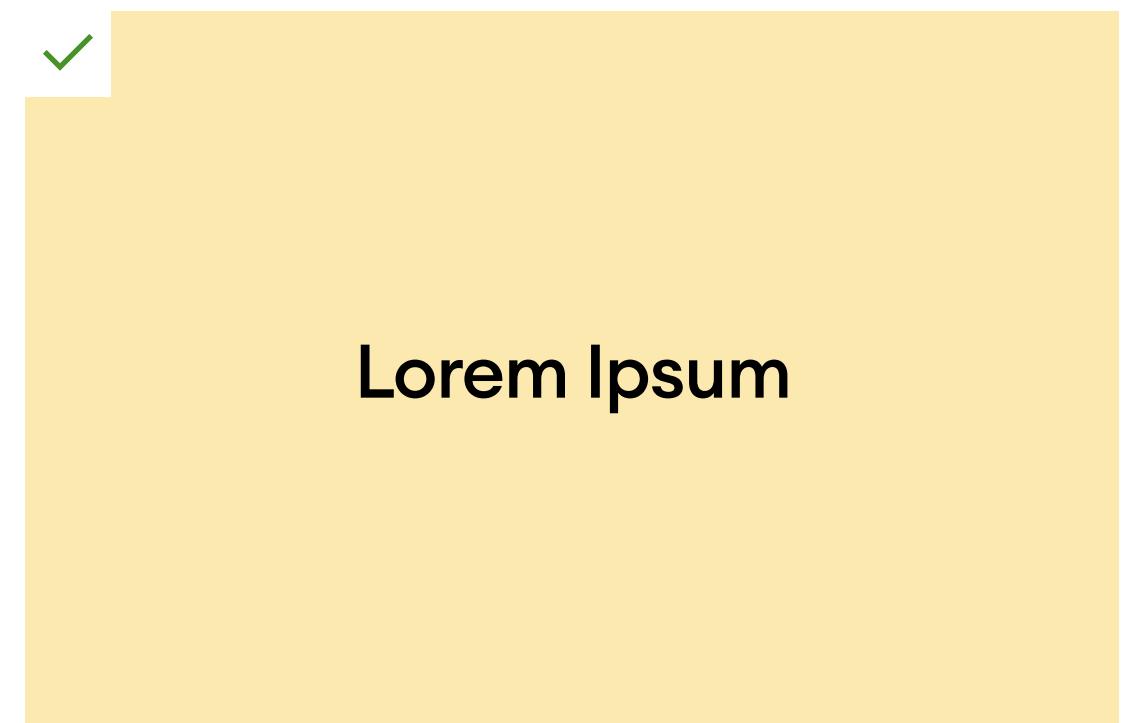
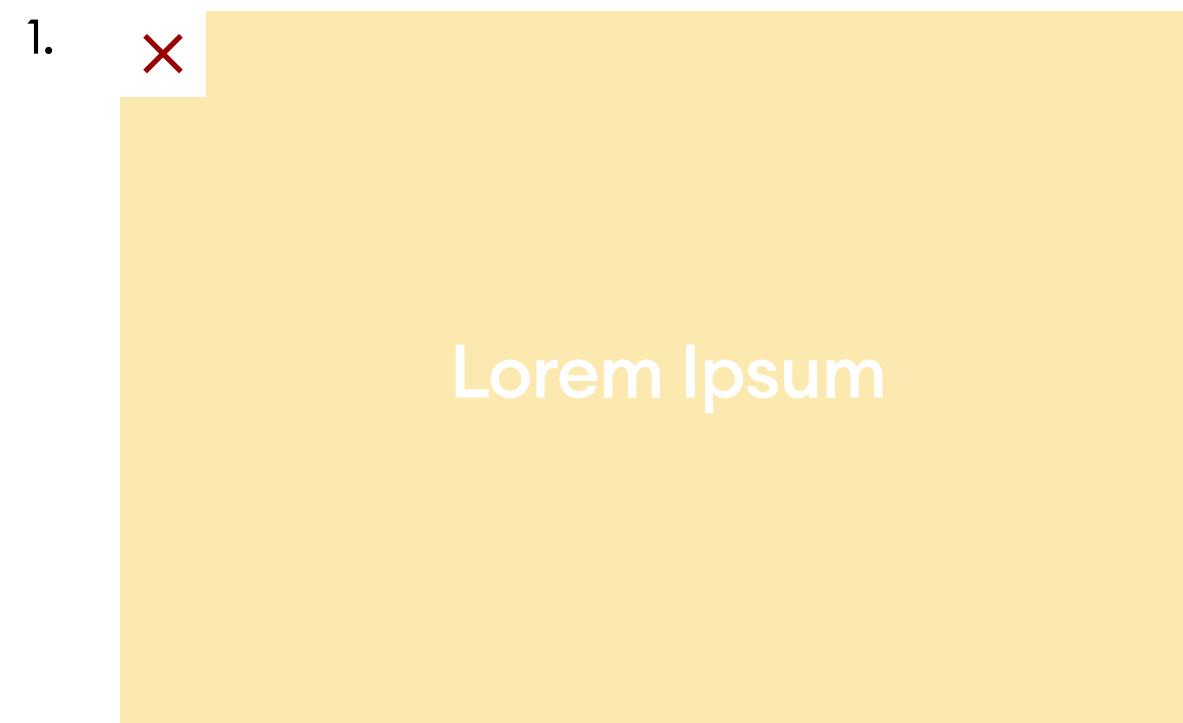
Lors de l'application d'une couleur de la palette, la couleur d'arrière-plan doit être soigneusement examinée au cas par cas.

Règles :

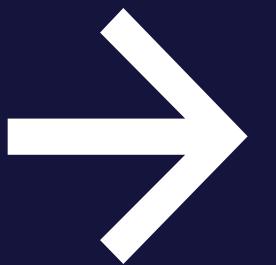
1. Veillez à ce que le contraste entre la couleur du texte et celle du fond ne compromette pas la lisibilité. Si vous choisissez un fond de couleur claire, optez pour un texte noir. Si vous choisissez un fond de couleur sombre, optez pour un texte blanc.

2. N'utilisez pas de couleur pour le texte, autre que le noir ou le blanc.

3. Lorsque vous choisissez une couleur pour un support graphique, ne combinez pas les couleurs sur le support graphique. Choisissez une seule couleur pour plus de cohérence.



Typographie



Euclid Circular A Medium

L'épaisseur moyenne devrait être utilisée pour les titres, ainsi que pour le matériel de marketing et de promotion.

La police de caractères principale de l'ICM est Euclid Circular. Elle est au cœur de l'identité de l'ICM et constitue la base de tous les éléments de la marque et de la documentation. Distincte et lisible, la simplicité de sa forme lui permet d'être utilisée de différentes manières.

Chaque élément typographique contribue à la réussite du style général. Il faut tenir compte de l'alignement du texte, de l'espacement des lignes, ainsi que les méthodes cohérentes d'accentuation et de hiérarchie.

La famille de polices de caractères Euclid Circular est disponible ici :
<https://www.swisstypefaces.com/fonts/euclid/#Circular%20A>

En cas d'indisponibilité d'Euclid, veuillez télécharger et installer gratuitement la famille de polices Poppins disponible ici : <https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

Aa Bb Cc

Euclid Circular A Regular

La police de caractères principale de l'ICM est Euclid Circular. Elle est au cœur de l'identité de l'ICM et constitue la base de tous les éléments de la marque et de la documentation. Distincte et lisible, la simplicité de sa forme lui permet d'être utilisée de différentes manières.

L'épaisseur normale doit être utilisée pour les textes plus longs. Lorsque l'utilisation d'Euclid Circular n'est pas possible, veuillez utiliser Arial ou Helvetica.

Chaque élément typographique contribue à la réussite du style général. Tenez compte de l'alignement du texte, de l'espacement des lignes, ainsi que des méthodes cohérentes d'accentuation et de hiérarchisation.

La famille de polices de caractères Euclid Circular est disponible ici : <https://www.swisstypefaces.com/fonts/euclid/#Circular%20A>

En cas d'indisponibilité d'Euclid, veuillez télécharger et installer gratuitement la famille de polices Poppins disponible ici : <https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

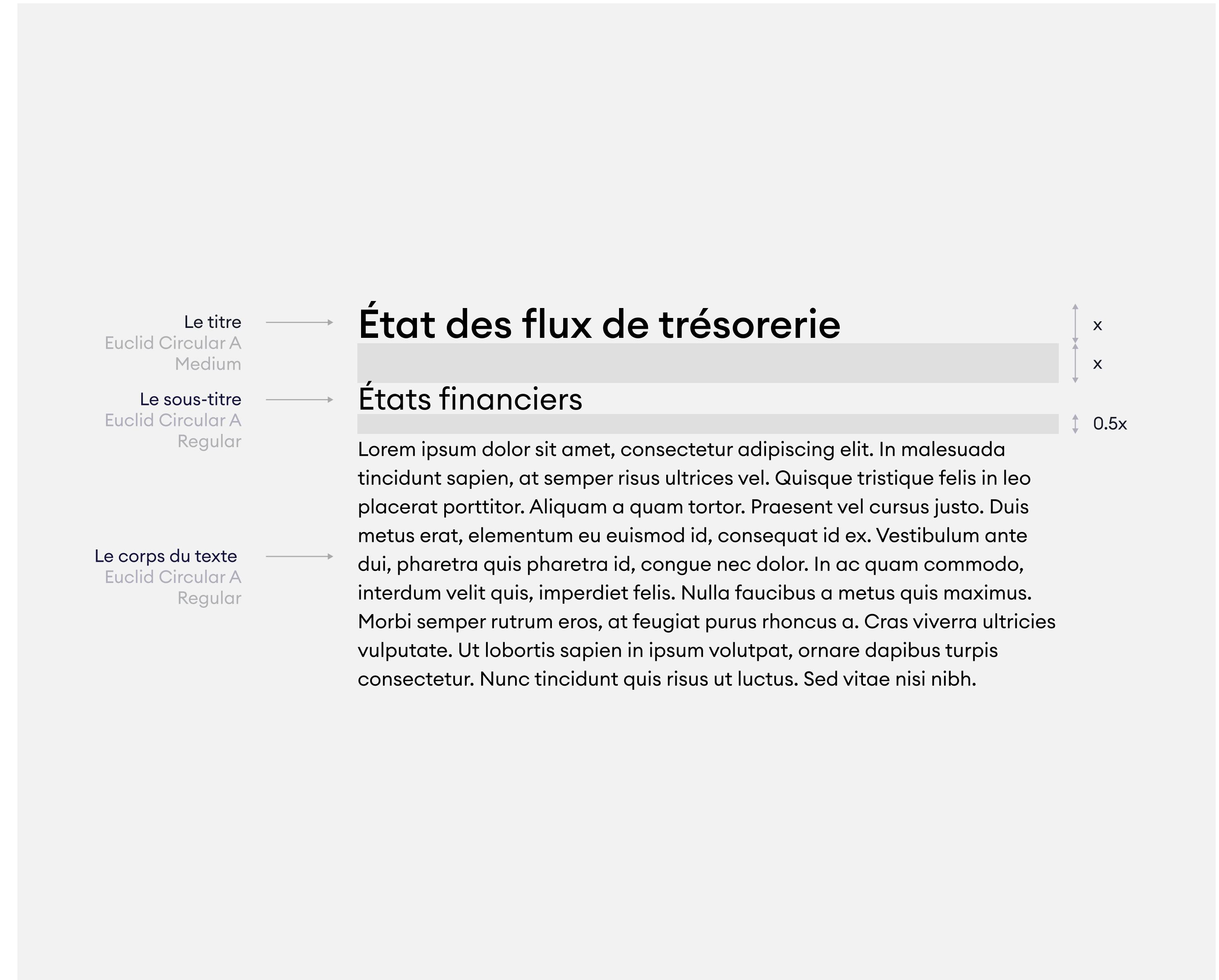
Aa Bb Cc

Hiérarchie des caractères

La hiérarchie des caractères a un effet majeur sur la lisibilité et influence l'aspect du résultat final. Elle doit être soigneusement étudiée et bien exécutée pour obtenir un bon résultat.

Les titres doivent toujours être placés en Euclid Circular A moyen. Les sous-titres et le texte doivent être mis en Euclid Circular A normal. Les sous-titres doivent être au moins 20 % plus petits que les titres. Par exemple, si le titre est en 40, le sous-titre doit être en 32 ou moins. Dans un souci de cohérence, l'utilisation des majuscules est fortement déconseillée.

La hauteur de ligne doit toujours être fixée à 144 % de la taille de la police.



À faire

État des flux de trésorerie

États financiers

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In malesuada tincidunt sapien, at semper risus ultrices vel. Quisque tristique felis in leo placerat porttitor. Aliquam a quam tortor. Praesent vel cursus justo. Duis metus erat, elementum eu euismod id, consequat id ex. Vestibulum ante dui, pharetra quis pharetra id, congue nec dolor. In ac quam commodo, interdum velit quis, imperdiet felis. Nulla faucibus a metus quis maximus. Morbi semper rutrum eros, at feugiat purus rhoncus a. Cras viverra ultricies vulputate. Ut lobortis sapien in ipsum volutpat, ornare dapibus turpis consectetur. Nunc tincidunt quis risus ut luctus. Sed vitae nisi nibh.

À ne pas faire

1. ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE 2. États financiers

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In malesuada tincidunt sapien, at semper risus ultrices vel. Quisque tristique felis in leo placerat porttitor. Aliquam a quam tortor. Praesent vel cursus justo. Duis metus erat, elementum eu euismod id, consequat id ex. Vestibulum ante dui, pharetra quis pharetra id, congue nec dolor. In ac quam commodo, interdum velit quis, imperdiet felis. Nulla faucibus a metus quis maximus. Morbi semper rutrum eros, at feugiat purus rhoncus a. Cras viverra ultricies vulputate. Ut lobortis sapien in ipsum volutpat, ornare dapibus turpis consectetur. Nunc tincidunt quis risus ut luctus. Sed vitae nisi nibh.

1. Ne pas utiliser des majuscules pour les titres.
2. Ne pas enlever l'espacement au-dessus et en dessous des éléments de texte.
3. Ne pas utiliser de texte en gras.

Compositions graphiques →

Compositions graphiques

Le système de blocs modulaires est un élément clé de la marque ICM qui est utilisé dans plusieurs documents collatéraux.

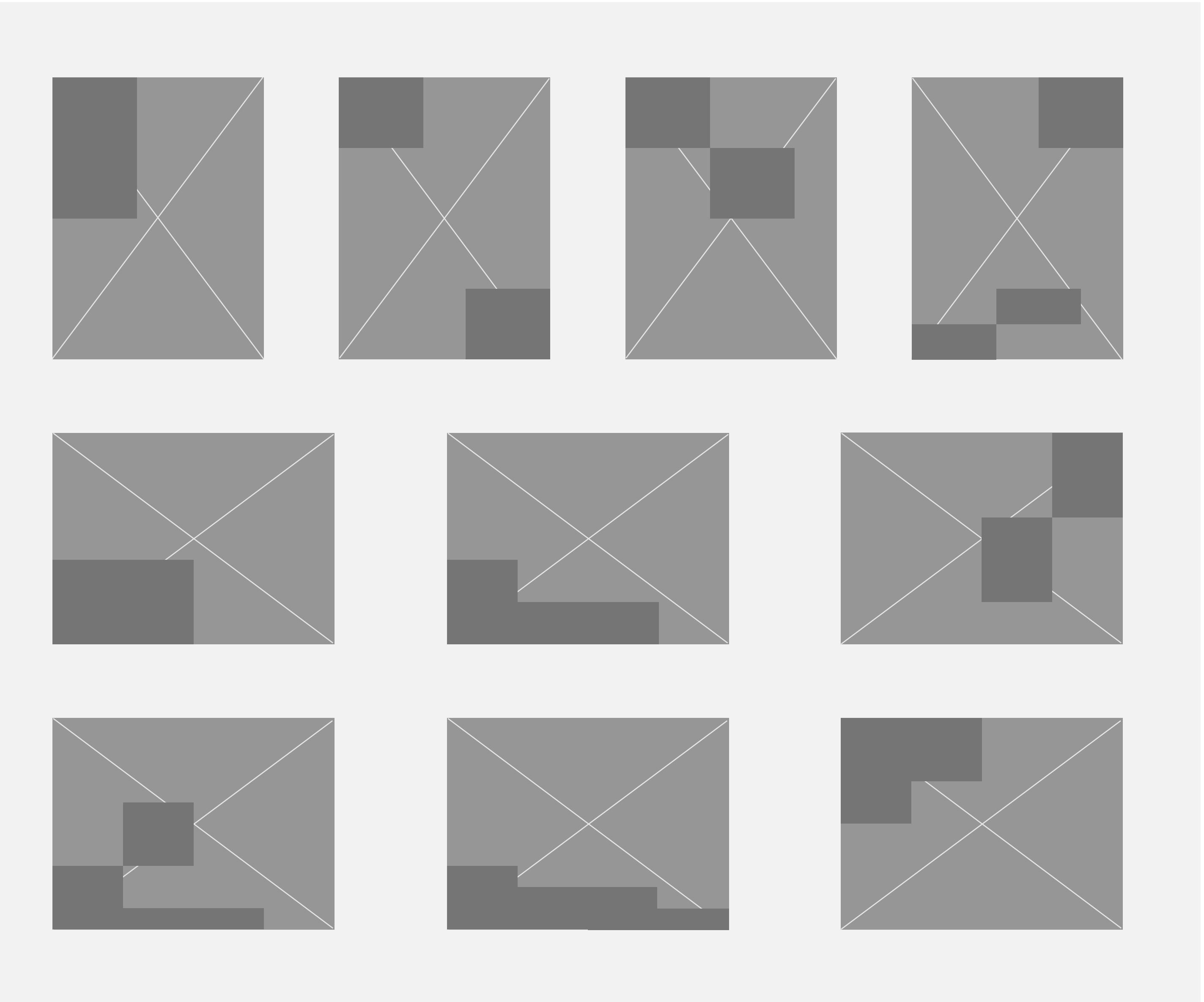
Ce système est conçu pour créer un nombre infini de mises en page, en fonction de la taille du document.

Les blocs de couleur dans lesquels le texte et le logo peuvent prendre place doivent représenter au total 50 % de la hauteur du document et 40 % de sa largeur, ou vice versa.

Les blocs de couleur peuvent être divisés à l'infini, tant que l'espacement, la hiérarchie et la lisibilité sont pris en compte.

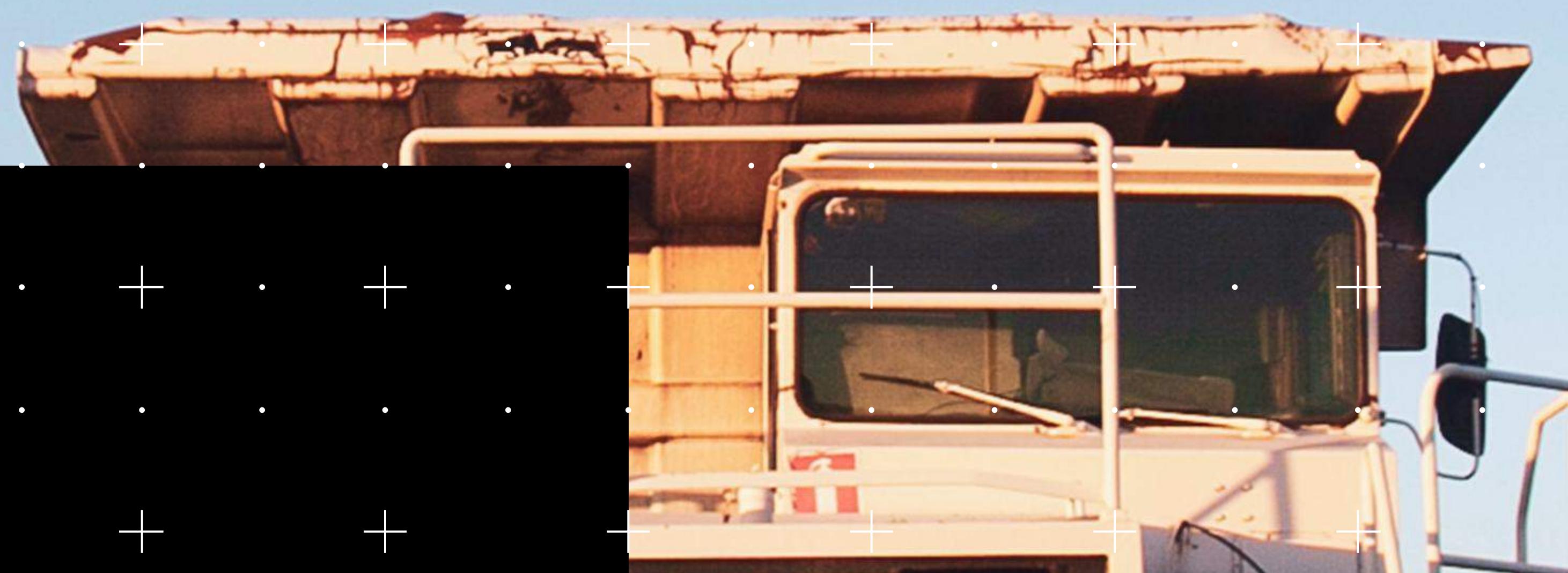
L'image doit toujours être placée derrière le(s) bloc(s) de couleur et doit occuper 100 % de la hauteur et de la page.

Vous trouverez quelques exemples de mise en page ici et des exemples plus détaillés à la page suivante.

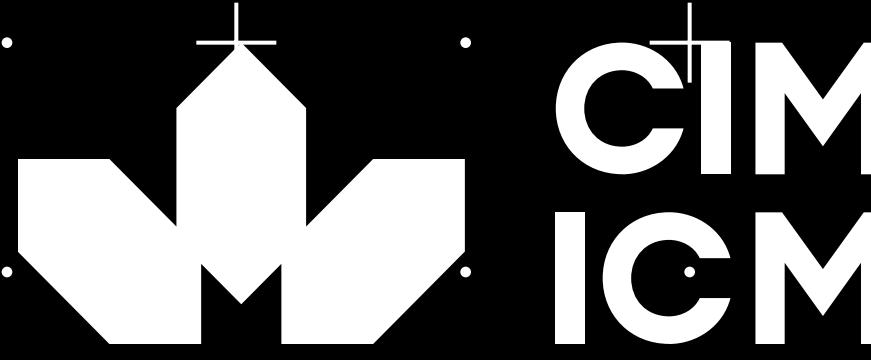








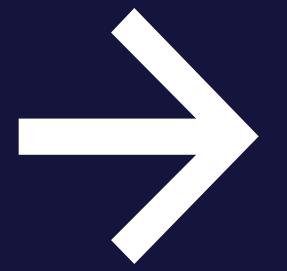
Improving Awareness of the Minerals Industry in Society



Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole



Imagerie

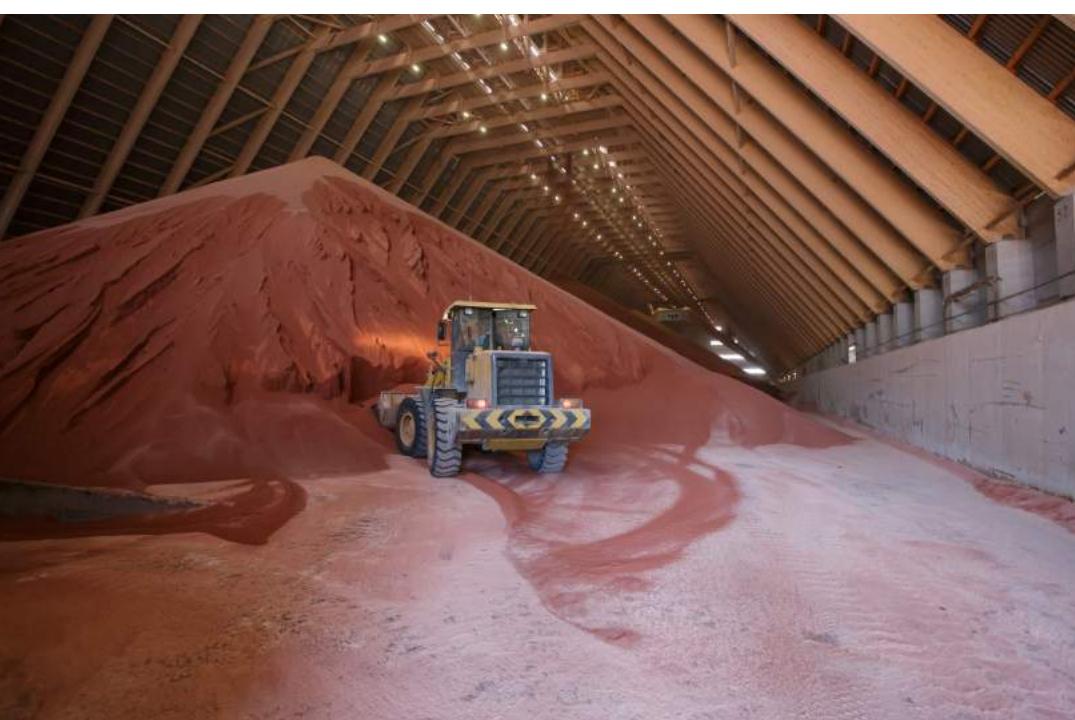
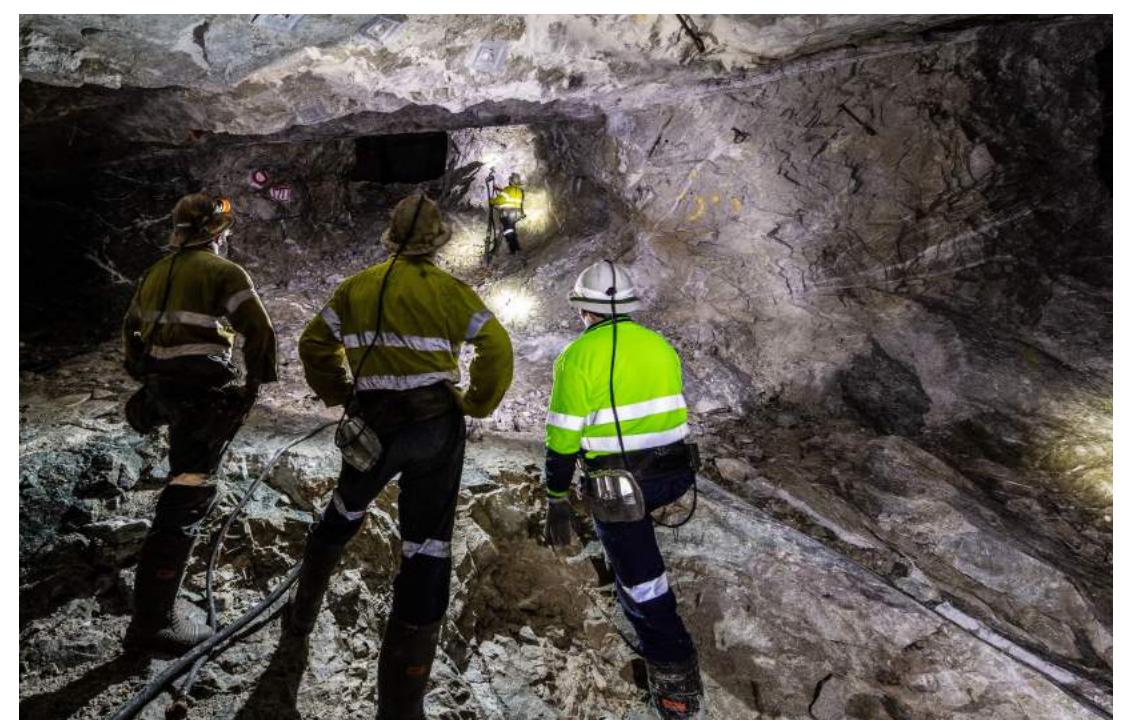
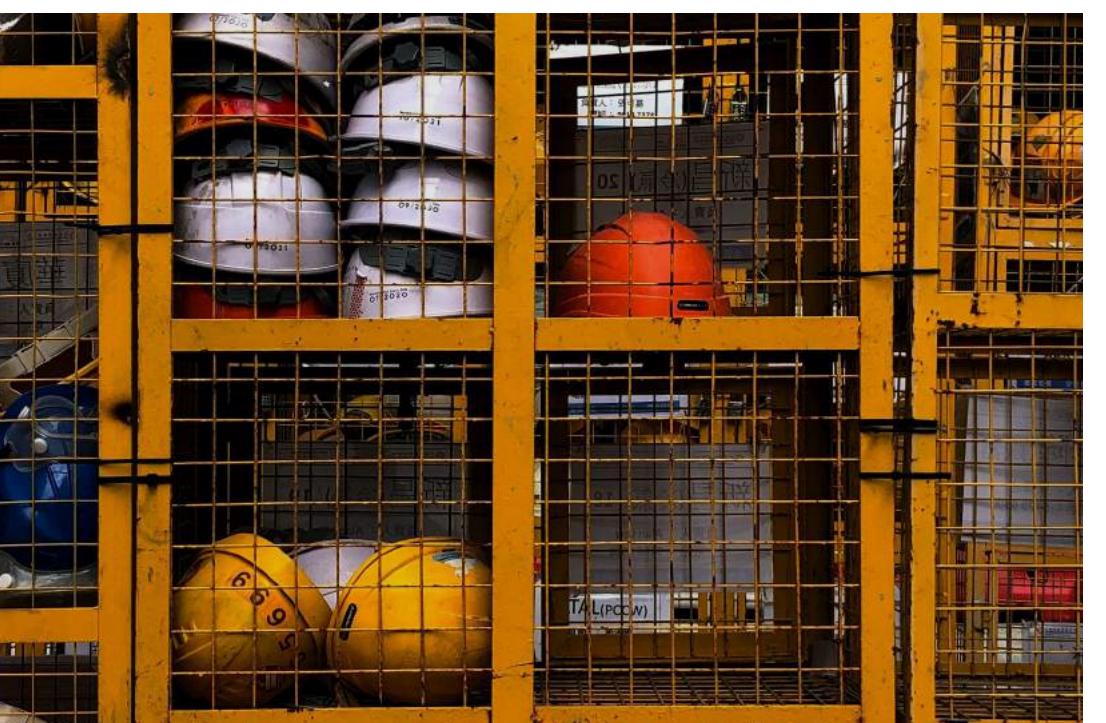
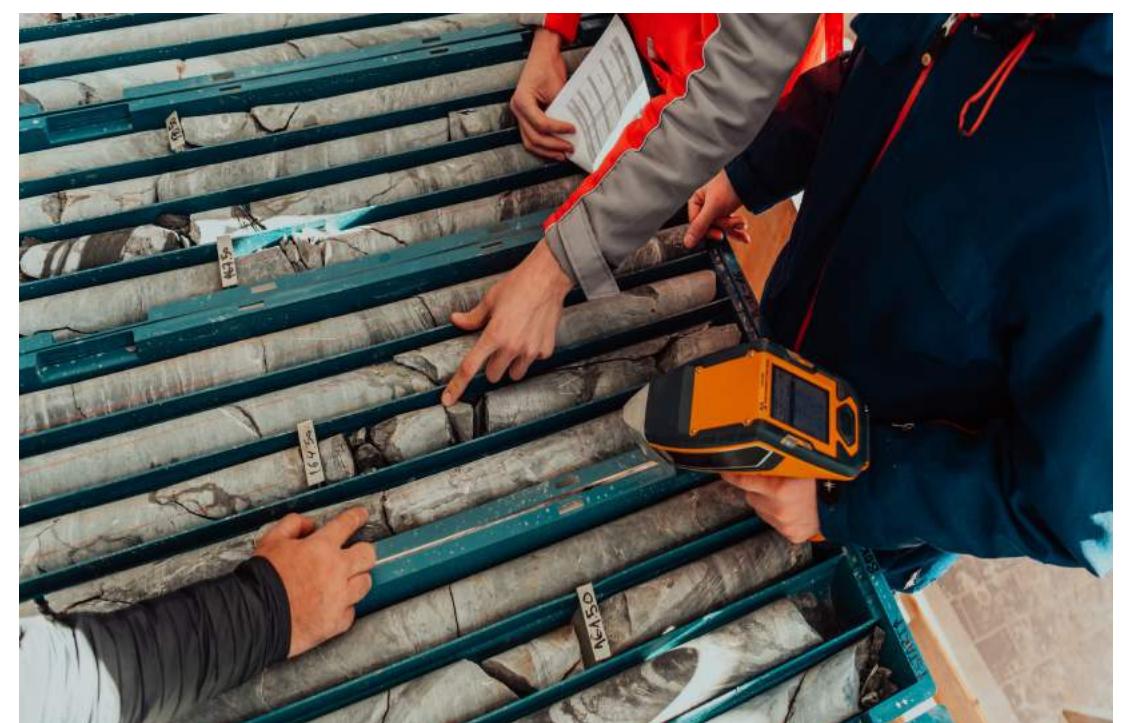
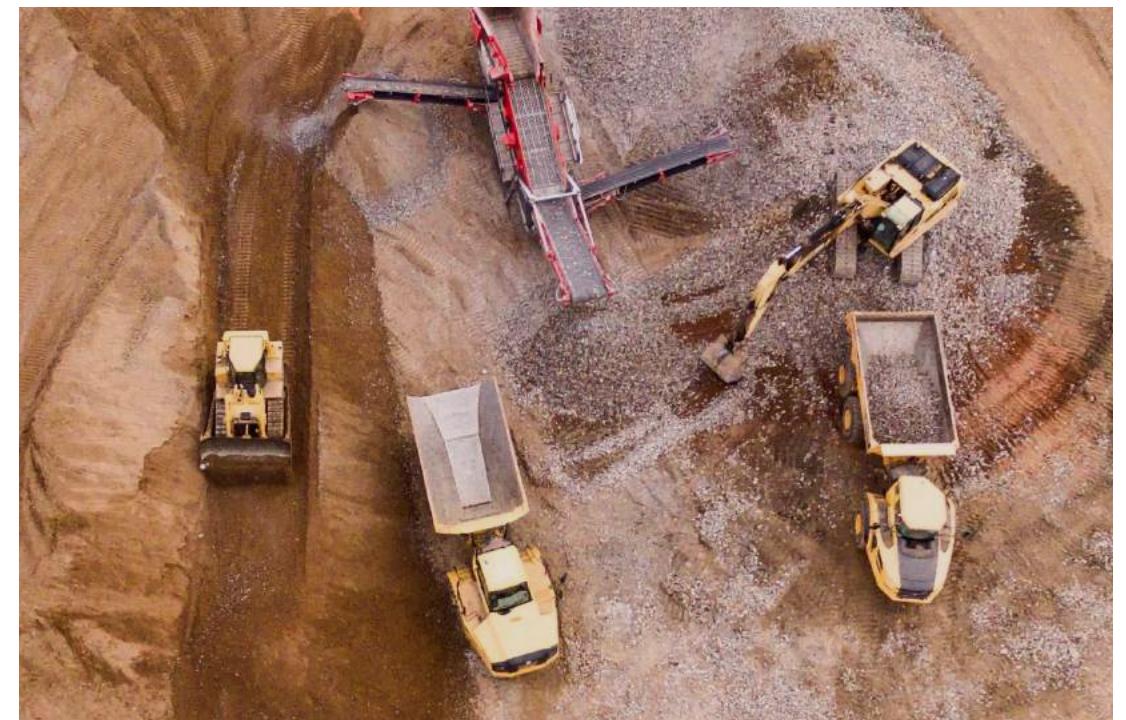


Imagerie

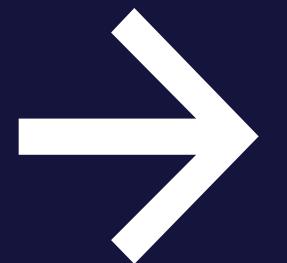
Notre imagerie est destinée à projeter notre message principal et l'essence de notre marque. Elle sert à identifier clairement notre industrie et nos valeurs fondamentales.

Nous nous inspirons des couleurs de notre marque et essayons de les retrouver dans l'imagerie que nous utilisons afin d'évoquer la même caractéristique et de conserver un aspect et une sensation cohérents dans notre identité visuelle.





Brand Activations





Créons ensemble un avenir d'excellence
responsable en matière de ressources



Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole



The trusted authority & collective source for advancing mineral industry knowledge, guidelines & leading practices

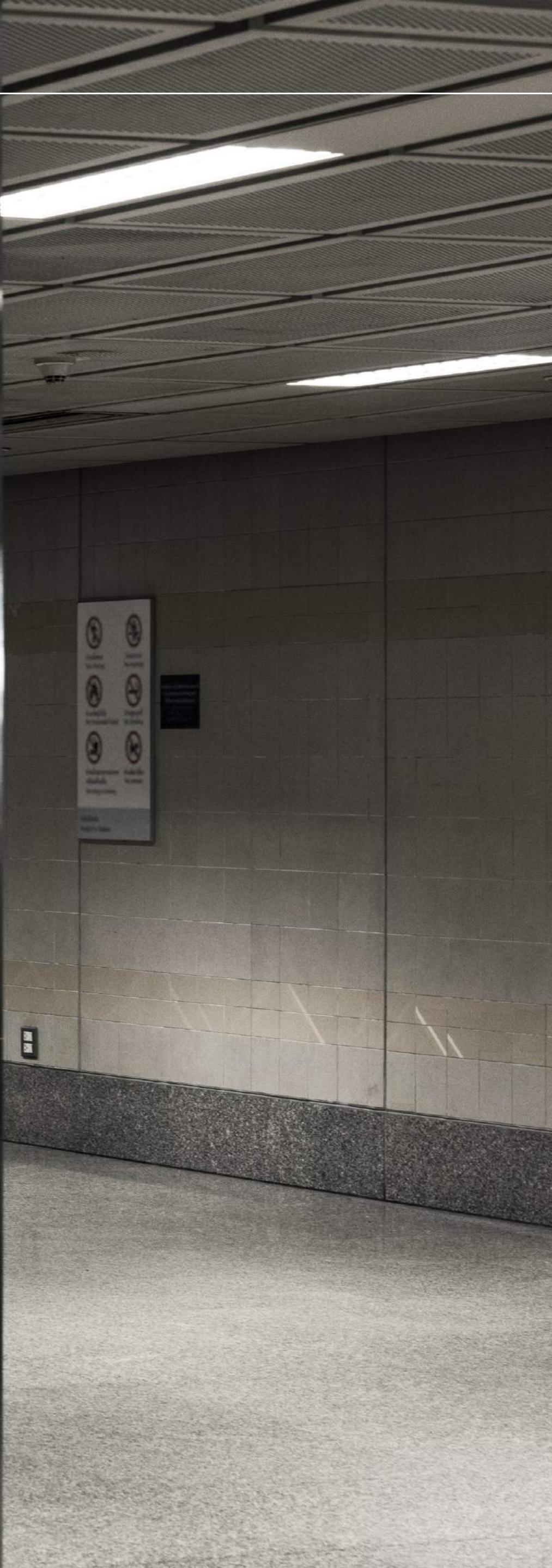


**CIM
ICM**
Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole

Improving Awareness of the Minerals Industry in Society



Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole





Lore Ipsum is simply - Dummy text of the printing and typesetting industry. Ad ...



CIM ICM

The leading not-for-profit technical society for mining professionals uniting diverse ideas from all levels and spheres of mining, defining a more meaningful, inclusive and conscious future.

Industry · City, State · 124 623 followers

✓ Following

Visit website



John & 12 other connections work here

See all 79 employees on LinkedIn

- [Home](#)
- [About](#)
- [Jobs](#)
- [People](#)
- [Ads](#)

All

Images

Documents

Videos

Sort by: Top ▾

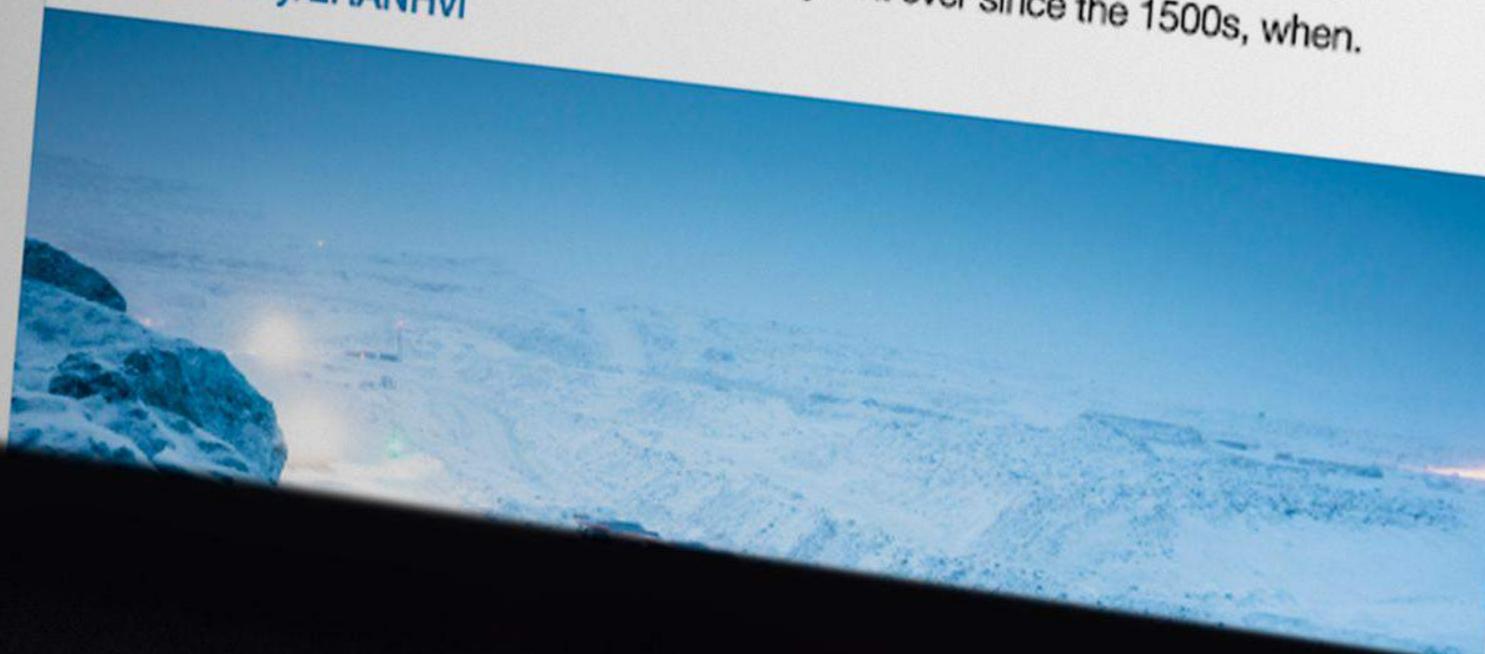


CIM ICM

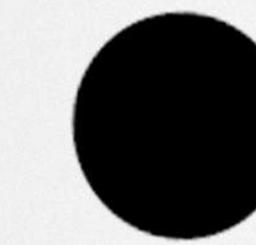
124 623 followers

1w ·

Lore Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lore Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when, <https://bit.ly/2RANHvI>



Get the latest jobs and industry news



Name, explore relevant opportunities with Name

Follow

Similar pages

The image shows a person's hand holding a dark-colored laptop. The screen displays the LinkedIn profile of the "CIM Newfoundland & ICM Labrador Branch". The profile page includes a banner image of a large industrial mining site, the branch's logo, and its name. Below the banner, there is a sub-section for "Newfoundland and Labrador". The main content area features the branch's name, a brief description, and follower count. A "Follow" button is visible. To the right of the profile, there is an advertisement for LinkedIn Premium and a section titled "Pages people also viewed" listing other mining organizations.

CIM Newfoundland & ICM Labrador Branch

The Canadian Institute of Mining, Metallurgy and Petroleum Newfoundland and Labrador Branch

Mining · St. John's, NL · 574 followers

Ashley & 5 other connections follow this page

+ Follow Visit website More

About

The Canadian Institute of Mining, Metallurgy and Petroleum Newfoundland and Labrador Branch

Show all details →

Ad ...

Alonzo, unlock your full potential with LinkedIn Premium

See who's viewed your profile in the last 90 days

Try for Free

Pages people also viewed

CIM | Canadian Institute of Mining, Metallurgy and Petroleum

Mining

35,383 followers

Ashley & 27 other connections work here

✓ Following

Matador Mining

Mining

1,420 followers

+ Follow





Transforming Mining Excellence: CIM's Bold New Horizon

The future of mining in Canada is characterized by a dynamic interplay of opportunities and challenges as the industry navigates evolving global trends and societal expectations. Canada, renowned for its abundant mineral resources, such as gold, copper, uranium, and potash, remains a key player in the global mining sector. However, this future is not without its complexities, including environmental concerns, technological advancements, social responsibilities, and changing market dynamics.

One significant aspect of the future of mining in Canada is the increasing emphasis on sustainability and environmental responsibility. The industry is under mounting pressure to reduce its ecological footprint and minimize the impact of mining activities on the environment. As a result, there is a growing shift towards cleaner and more efficient mining practices, including the use of renewable energy sources and the adoption of cutting-edge technologies to reduce waste and emissions. Canadian mining companies are increasingly committed to achieving net-zero emissions and ensuring responsible resource extraction.

Technological innovation is set to transform the mining landscape in Canada. Automation, artificial intelligence, and data analytics are being integrated into mining operations to improve efficiency, safety, and productivity. These advancements not only enhance the competitiveness of Canadian mining but also reduce the industry's reliance on manual labor in challenging and remote environments.

Indigenous partnerships and reconciliation are central to the future of mining in Canada. Mining companies are recognizing the importance of engaging with Indigenous communities in a meaningful way, respecting their rights and traditional knowledge, and sharing the benefits of resource development. Collaborative agreements are being forged to ensure mutual benefits, leading to more sustainable and socially responsible mining practices.

The global demand for minerals, driven by industries such as technology, renewable energy, and electric vehicles, presents significant opportunities for Canada's mining sector. As the world transitions towards cleaner and more sustainable technologies, the demand for critical minerals like lithium, cobalt, and rare earth elements is expected to rise, further cementing Canada's position as a major supplier of these resources.

In conclusion, the future of mining in Canada is shaped by a complex interplay of factors, including sustainability, technology, social responsibility, and global demand. To remain competitive and relevant, the Canadian mining industry is embracing innovation, environmental stewardship, and community engagement. By addressing these challenges and opportunities proactively, Canada is poised to maintain its leadership role in the global mining sector while contributing to a more sustainable and responsible future for resource extraction.

The trusted authority &
collective source for
advancing mineral industry
knowledge, guidelines &
leading practices





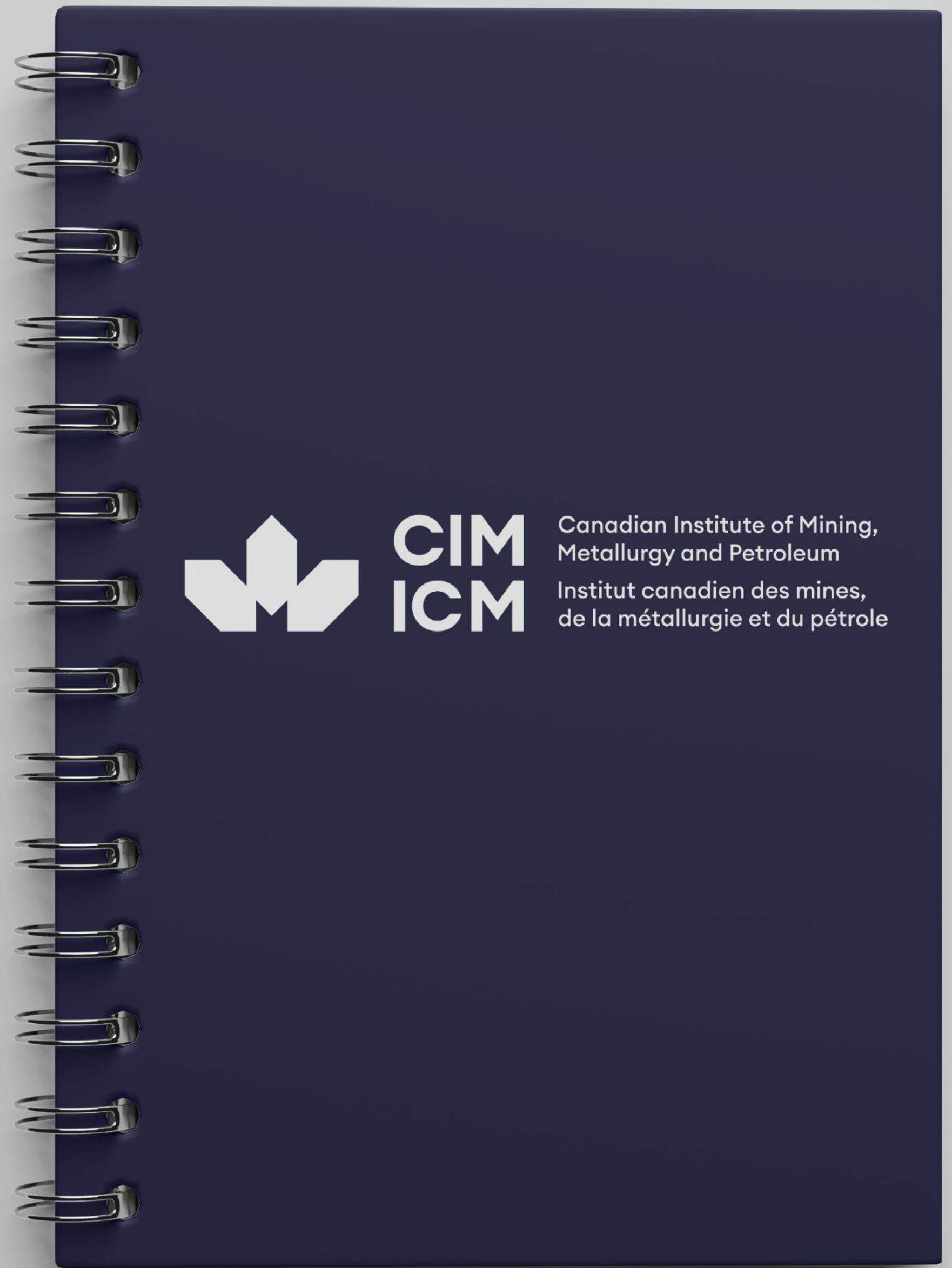
Forging a
responsible
future, together.



CIM
ICM







Alonso Galicia
Marketing Specialist
Spécialiste en Marketing
T (514) 939-2710
M (438) 920-0930
E agalicia@cim.org

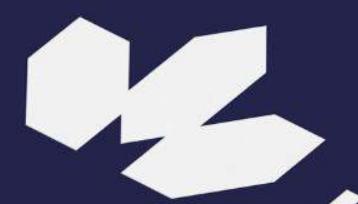
1040-3500 de Maisonneuve Boulevard W.,
Westmount, QC H3Z 3C1



cim.org



Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole



CIM
ICM

**CIM
ICM**

Canadian Institute of Mining,
Metallurgy and Petroleum
Institut canadien des mines,
de la métallurgie et du pétrole

12 mai 2024

John Smith
Nom de l'entreprise
1040-3500 de Maisonneuve Boulevard Ouest,
Westmount, QC H3Z 3C1

Re: Importance du rebranding de l'Institut Canadien des Mines

Cher John,

Je tenais à prendre un moment pour discuter de l'effort récent de rebranding de l'Institut Canadien des Mines, de la Métallurgie et du Pétrole (ICM) et à souligner son importance au sein de notre industrie.

La décision de rebranding de l'ICM revêt une importance considérable pour plusieurs raisons. Tout d'abord, elle témoigne de notre engagement envers la modernisation et la pertinence dans un secteur en constante évolution. En actualisant notre image, l'ICM peut mieux se connecter avec les professionnels plus jeunes et s'adapter aux tendances et aux technologies changeantes dans les industries minières, de la métallurgie et des sciences des matériaux.

L'ICM joue un rôle crucial en tant que centre névralgique du partage des connaissances, du réseautage et du développement professionnel. Un rebranding nous permet de mieux communiquer nos offres éducatives, nos événements et nos ressources, ce qui fait avancer les carrières de nos membres.

Le rebranding de l'ICM est une étape cruciale pour nous positionner en tant qu'organisation dynamique et visionnaire dédiée à la promotion du changement positif dans les secteurs minier, métallurgique et pétrolier.

Je vous remercie de votre attention à cette question. Si vous avez des questions ou avez besoin d'informations supplémentaires, n'hésitez pas à me contacter.

Cordialement,

Alonso G.

Alonso Galicia
Spécialiste en marketing

1040-3500 de Maisonneuve Boulevard W., Westmount, QC H3Z 3C1
(514) 939-2710 | cim.org

