GUIDE D'UTILISATION IMAGE DE MARQUE

SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE

UNE SIGNATURE GRAPHIQUE À NOTRE IMAGE. TRANSPARENCE ET COULEUR VERT D'EAU COMME MÉTAPHORES DES PLAISIRS AQUATIQUES. COULEUR ROUGE ET ICÔNE EN FORME DE BOUÉE, CLINS D'ŒIL À LA PRÉVENTION. LOGO ACTUALISÉ. TYPOGRAPHIE CONTEMPORAINE. APPROCHE ÉPURÉE.

GUIDE D'IMAGE DE MARQUE DE LA SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE

Le bon usage de l'image de marque de la Société de Sauvetage est essentiel pour renforcer la réputation et la reconnaissance de l'organisation. Une image de marque forte véhicule la confiance, l'intégrité et la crédibilité.

Pour demeurer une force, l'image de marque doit être exploitée par tous les utilisateurs de manière constante. Nous devons créer une image publique cohérente et appropriée, digne de confiance, intemporelle et stable. Pour assurer cette cohérence, l'ensemble des employés et membres affiliés de la Société de sauvetage doivent se conformer aux normes graphiques énoncées dans ce guide pour toutes les communications internes et externes, y compris les documents imprimés, numériques, promotionnels et de signalisation relevant des programmes, activités et services de l'organisation.

CE QUE NOUS SOMMES :

NOTRE MISSION :

La Société de sauvetage est un organisme à but non lucratif dont sa mission est d'encourager les activités aquatiques et nautiques sécuritaires afin de prévenir la noyade.

NOTRE VISION :

Être la référence en matière d'interactions avec l'eau.

NOS VALEURS :

Être la référence en matière d'interactions avec l'eau.
Nos valeurs : La sécurité, le plaisir de l'eau, l'engagement, l'accessibilité, l'inclusivité et l'éducation des citoyens.

VOICI QUELQUES CONSEILS POUR GARANTIR LE BON USAGE DE L'IMAGE DE MARQUE DE LA SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE :

1. RESPECTEZ LES DIRECTIVES DE STYLE :

Assurez-vous de suivre scrupuleusement les directives de style et les règles de design établies par la Société de Sauvetage. Cela inclut l'utilisation correcte du logo, des couleurs, des typographies et d'autres éléments visuels.

2. UTILISEZ LE LOGO OFFICIEL :

Utilisez toujours la version officielle et autorisée du logo de la Société de Sauvetage. Ne modifiez pas sa couleur, sa taille ou sa forme.

3. MAINTENEZ LA COHÉRENCE :

Soyez cohérent dans l'utilisation de l'image de marque de l'organisation sur tous les supports, que ce soit sur des documents imprimés, des sites web, des médias sociaux ou des matériaux promotionnels.

4. ÉVITEZ LA DÉFORMATION :

Ne déformez pas le logo ou les éléments visuels de la Société de Sauvetage. Respectez les proportions pour conserver leur intégrité visuelle.

5. RESPECTEZ L'ESPACE DE SÉCURITÉ :

Gardez un espace libre autour du logo pour éviter tout encombrement visuel. Cela garantit que le logo est toujours clairement identifiable.

6. UTILISEZ DES IMAGES APPROPRIÉES :

Lorsque vous utilisez des images pour représenter la Société de Sauvetage, assurez-vous qu'elles sont appropriées et respectent les valeurs de l'organisation.

7. SOYEZ TRANSPARENT :

Si vous utilisez le logo ou l'image de marque de la Société de Sauvetage dans un contexte promotionnel ou de collecte de fonds, assurez-vous que cela est clairement indiqué et que les dons sont utilisés conformément aux objectifs de l'organisation.

8. FOURNISSEZ UNE FORMATION :

Si votre organisation a des membres, des partenaires ou des affiliés qui utilisent l'image de marque de la Société de Sauvetage, assurez-vous de leur fournir une formation sur les directives de style et l'utilisation correcte de l'image de marque.

9. FAITES PREUVE DE DILIGENCE :

Assurez-vous que toute personne ou entité extérieure à l'organisation qui utilise l'image de marque de la Société de Sauvetage le fait conformément aux directives.

Le respect des directives de l'image de marque contribue à préserver la crédibilité et la réputation de la Société de Sauvetage. Une image de marque forte renforce la confiance des donateurs, des partenaires et du public, tout en permettant à l'organisation de mieux atteindre ses objectifs d'éducation et de prévention liés aux noyades.

Assurez-vous de respecter toutes les lois et réglementations en vigueur concernant l'utilisation de logos et de marques déposées.

CONTENU

La nouvelle plateforme graphique de la Société de sauvetage se distingue de plusieurs façons :

- Palette de couleurs fraîches, lumineuses
- Logo actualisé et création de logos dérivés
- Typographie contemporaine
- Typographie décorative pour usages spécifiques
- Éléments graphiques signature
- Approche photo homogène

Afin d'en tirer le meilleur parti et de vraiment marquer l'esprit des clientèles auxquelles s'adressent les communications de la Société, des normes d'utilisation ont été établies. Ces normes sont décrites au présent guide.

L'objectif étant de créer une image de marque forte, on doit toujours chercher à se rapprocher le plus possible des conventions graphiques établies ici pour les cas de figure les plus courants.

Personne-ressource | Pour tout éclaircissement ou toute question, et ce, quelle que soit la pièce à produire, n'hésitez pas à faire appel aux conseils de notre personne-ressource :
[NOM], [NO DE TÉLÉPHONE].

GUIDE D'IMAGE DE MARQUE DE LA SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE 03
VUE D'ENSEMBLE 05
PALETTE DE COULEURS 06
LOGOS 08
UTILISATION DU LOGO DE LA SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE 09
LOGO ET DÉRIVÉS 10
ESPACES DE PROTECTION 11
TAILLES MINIMALES 12
USAGES PROSCRITS 13
TYPOGRAPHIE 14
POLICES DE CARACTÈRES ET HIÉRARCHISATION 15
TYPOGRAPHIE DÉCORATIVE 16
ÉLÉMENTS GRAPHIQUES SIGNATURE 17
VISUELS 20
EFFET RECHERCHÉ 21
TRAITEMENT PHOTOGRAPHIQUE 22
GUIDE D'EXÉCUTION 23
EXEMPLES D'EXÉCUTIONS 25

VUE D'ENSEMBLE

L'exemple présenté ici donne un bon aperçu de l'effet recherché.

La section GUIDE D'EXÉCUTION (page 22) explique comment agencer les divers composants pour ce genre de pièce, représentative des exécutions les plus courantes – affiches, annonces imprimées et autres – produites par la Société de sauvetage.

La section EXEMPLES D'EXÉCUTIONS (page 24) présente une série d'exemples d'applications diverses.

VISUEL

TYPOGRAPHIE

ÉLÉMENT GRAPHIQUE SIGNATURE

LOGO

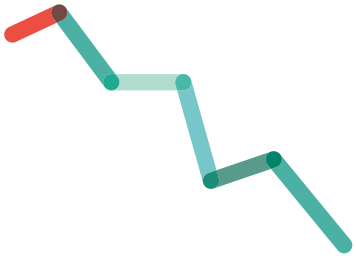
PALETTE DE COULEURS

PALETTE DE COULEURS

Voici les couleurs officielles de la plateforme.

Les teintes aqua, références aux activités aquatiques, sont les couleurs dominantes.

Le rouge sert de couleur d'accentuation. Il symbolise le danger et la prévention, sans dramatiser. Pour ce, il est toujours utilisé avec parcimonie.



La palette de couleurs comprend également les couleurs créées par superposition, comme illustré par l'exemple ci-dessus (ligne dans un graphique).

Le gris présenté ici est le gris de l'extension des logos dérivés (voir page 8).

COULEUR PREMIÈRE

1

PMS: 326C

C: 81
M: 0
Y: 39
K: 0

R: 0
G: 178
B: 169

HTML:
00B2A9

COULEURS COMPLÉMENTAIRES

2

PMS: 571C

C: 40
M: 0
Y: 25
K: 0

R: 152
G: 219
B: 206

HTML:
98DBCE

3

PMS: 3115C

C: 59
M: 0
Y: 14
K: 0

R: 0
G: 193
B: 213

HTML:
00C1D5

4

PMS: 7473C

C: 75
M: 5
Y: 48
K: 3

R: 39
G: 153
B: 137

HTML:
279989

5

PMS: 7717C

C: 96
M: 0
Y: 47
K: 19

R: 0
G: 133
B: 125

HTML:
00857D

COULEUR D'ACCENTUATION

6

PMS: RED 032C

C: 0
M: 86
Y: 63
K: 0

R: 239
G: 51
B: 64

HTML:
EF3340

COULEUR COMPLÉMENTAIRE POUR LOGOS DÉRIVÉS

7

50% DE NOIR

LOGOS

UTILISATION DU LOGO DE LA SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE

Ce guide devrait vous aider à utiliser correctement le logo de la Société de sauvetage du Québec tout en préservant son intégrité visuelle. Toute personne qui désire utiliser les noms ou les logos des programmes de la Société de sauvetage doit soumettre une demande d'autorisation à cet effet. Si elle y est autorisée, elle devra se conformer aux directives d'utilisation.

Voici les directives à suivre en ce qui a trait aux règles graphiques et à l'utilisation conforme des images (logos) et des appellations (marques de commerce) représentant ses différents programmes.

N'hésitez pas à consulter le service de communication de la Société de sauvetage pour obtenir des directives plus détaillées et spécifiques à votre situation.

communication@sauvetage.qc.ca

1. UTILISATION DU LOGO :

Le logo de la Société de sauvetage du Québec est la représentation visuelle de l'organisation, veillez à l'utiliser correctement et de manière cohérente dans tous les supports de communication.

2. VERSIONS DU LOGO :

La Société de sauvetage du Québec peut avoir plusieurs versions de son logo. Assurez-vous d'utiliser la version officielle fournie par l'organisation.

3. TAILLE DU LOGO :

Assurez-vous que le logo soit suffisamment grand pour être clairement visible, mais évitez de le redimensionner de manière excessive, ce qui pourrait le rendre flou ou pixelisé.

4. ESPACE DE SÉCURITÉ :

Gardez toujours une zone libre autour du logo pour éviter qu'il ne soit encombré par d'autres éléments graphiques ou textuels. Cette zone devrait être d'au moins la hauteur du «S» dans le mot «Société» autour du logo.

5. COULEURS DU LOGO :

Respectez les couleurs spécifiées dans le guide de style de l'organisation. N'utilisez pas de couleurs qui ne sont pas conformes à l'identité visuelle de la Société de sauvetage du Québec.

6. MODIFICATIONS DU LOGO :

Ne modifiez pas le logo de quelque manière que ce soit, y compris en changeant la forme, la couleur ou la typographie. Utilisez uniquement les versions autorisées du logo.

7. EMPLACEMENTS D'UTILISATION :

Utilisez le logo sur tous les supports de communication en lien avec l'organisation, y compris les documents imprimés, les sites web, les médias sociaux, les présentations et les matériaux promotionnels.

8. TÉLÉCHARGEMENT DU LOGO :

Assurez-vous de télécharger le logo à partir de sources officielles fournies par la Société de sauvetage du Québec pour garantir que vous utilisez la version la plus récente et conforme.

9. PERMISSION ET LICENCES :

Si vous n'êtes pas un partenaire ou un membre officiel de la Société de sauvetage du Québec, assurez-vous d'obtenir l'autorisation nécessaire pour utiliser le logo, le cas échéant. Toute personne qui désire utiliser des marques de commerce ou des logos détenus et administrés par le Société de sauvetage doit d'abord transmettre sa demande à communication@sauvetage.qc.ca

10. RESPECT DES LOIS ET RÉGLEMENTATIONS :

Assurez-vous de respecter toutes les lois et réglementations en vigueur concernant l'utilisation de logos et de marques déposées.

LOGO ET DÉRIVÉS

Le logo et ses dérivés sont des images fixes que l'on ne doit pas chercher à reproduire. Il faut dans tous les cas utiliser la version électronique fournie et n'en modifier aucune composante – couleur, typo, emplacement et proportions des composants.

LOGO DE LA SOCIÉTÉ

Le logo a été actualisé : tout le logo est maintenant en noir, le symbole a été légèrement réduit et centré en hauteur par rapport au nom, le texte sous le nom a été supprimé.

SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE

VERSION EN RENVERSÉ

Pour usage sur fond de couleur foncée.

SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE

VERSION SUR DEUX LIGNES

Pour usage restreint : lorsque l'espace est restreint, en particulier dans les cas de commandites où le logo figure aux côtés de celui de plusieurs autres commanditaires.

SOCIÉTÉ DE
SAUVETAGE

SOCIÉTÉ DE
SAUVETAGE

LOGOS DÉRIVÉS POUR LES SERVICES

Les logos dérivés sont formés à partir du logo de la Société, auquel on a ajouté le nom du service, en gris. Il n'existe pas de version sur deux lignes des logos dérivés.

SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE SAUVETAGE

VERSIONS EN RENVERSÉ

Pour usage sur fond de couleur foncée.

SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE SAUVETAGE

VERSIONS POUR USAGE SUR FOND DE COULEUR PÂLE

Principal usage : dans le bandeau signature

SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE SAUVETAGE

ESPACES DE PROTECTION

Afin d'en maximiser l'impact, le logo doit toujours être entouré d'un espace de protection, qui est à la fois une zone vierge de tout élément et la distance minimale à respecter en bordure du support sur lequel apparaît le logo.

- À gauche et à droite du logo, l'espace de protection correspond à la largeur du symbole en position debout.
- Au-dessus et au-dessous du logo, l'espace de protection correspond à la largeur du symbole en position couchée.

Ces règles s'appliquent à tous les logos.

LOGO DE LA SOCIÉTÉ

VERSION SUR DEUX LIGNES

LOGOS DÉRIVÉS POUR LES SERVICES

TAILLES MINIMALES

Pour assurer une bonne visibilité au logo, sa taille – mesurée par la distance entre ses extrémités verticales – ne doit pas être inférieure à la taille minimale prescrite.

LOGO DE LA SOCIÉTÉ

0,148″ SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE

VERSION SUR DEUX LIGNES

0,1875″ SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE

LOGOS DÉRIVÉS POUR LES SERVICES

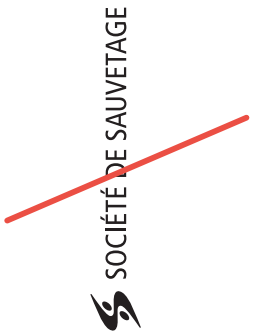
0,148″ SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE SAUVETEUR

UTILISATIONS PROSCRITES

Les logos forment un tout : la forme, les couleurs, les proportions et l'emplacement des composants ne doivent en aucun cas être modifiés.

CHANGEMENT DE LA COULEUR

AJOUT D'UNE COULEUR



APPLICATION À LA VERTICALE

AJOUT D'UN TRAIT CONTOUR

ÉTIREMENT OU AUTRE DÉFORMATION

MODIFICATION DE LA TYPO

MODIFICATION DES PROPORTIONS

AJOUT D'UN OMBRAGÉ

AJOUT D'UN ÉLÉMENT

SUPPRESSION DU SYMBOLE

APPLICATION SUR UN FOND OÙ INTERFÈRENT DES ÉLÉMENTS VISUELS QUI NUISENT À LA VISIBILITÉ DU LOGO

APPOSITION DE LA VERSION NON RENVERSÉE SUR UN FOND FONCÉ

TYPOGRAPHIE

POLICES DE CARACTÈRES ET HIÉRARCHISATION

La plateforme utilise 6 polices de caractères, 3 pour l'imprimé et 3 pour le web.

Les titres et les sous-titres sont en capitales, le corps de texte en bas-de-casse.

IMPRIMÉ

1 GOTHAM ROUNDED BOLD TITRE

ABCDEFGHIJIKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!"#$%&'()*+=>?@«•±Ø÷

2 FRUTIGER ROMAN SOUS-TITRE

ABCDEFGHIJIKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!"#$%&'()*+=>?@«•±Ø÷

3 FRUTIGER LIGHT TEXTE

ABCDEFGHIJIKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#$%&'()*+=>?@«•±Ø÷

WEB

1 VARELA ROUND REGULAR TITRE

ABCDEFGHIJIKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!"#$%&'()*+=>?@«•±Ø÷

2 DROID SANS BOLD SOUS-TITRE

ABCDEFGHIJIKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!"#$%&'()*+=>?@«•±Ø÷

3 DROID SANS REGULAR TEXTE

ABCDEFGHIJIKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#$%&'()*+=>?@«•±Ø÷

NIV. 1 LOREM SIT AMET DOLOR

NIV. 2
ETIAM ET MI ARCU, VEL FERMENTUM IPSUM.

Niv. 3
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla purus dui, rutrum non fringilla ac. Donec consequat consectetur massa a feugiat. Nullam in ante nunc, vitae lacinia augue. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Curabitur auctor, massa quis porttitor hendrerit, lacus massa tempor diam, nec lacinia odio lorem vitae magna. Vivamus quis leo tortor.

TYPOGRAPHIE DÉCORATIVE

La typographie décorative a été conçue pour des usages spécifiques, dans lesquels elle constitue l'élément visuel prédominant.

Elle doit être utilisée sur fond blanc seulement et le point doit toujours être gros.

Chaque caractère est une image fixe à utiliser comme telle, c'est-à-dire sans changer la forme et la tonalité des segments des caractères.

Il est recommandé de privilégier la version polychrome.

VERSION POLYCHROME

VERSIONS MONOCHROMES

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES SIGNATURE

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

La plateforme fait appel à trois éléments graphiques signature :

- une icône représentant une bouée
- un bandeau
- un trait de séparation pour les textes (comme on peut le voir en tête au dessus du présent texte).

Idéalement, la bouée ou le bandeau – ou les deux – devrait apparaître sur tout le matériel de communication.

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES (SUITE)

Les chiffres réfèrent aux couleurs de la plateforme (voir page 6).

BANDEAU

- Le bandeau est formé de 4 strates de couleurs, dans l'ordre illustré.
- Les proportions des strates doivent se rapprocher le plus possible de celles de l'exemple illustré ici.

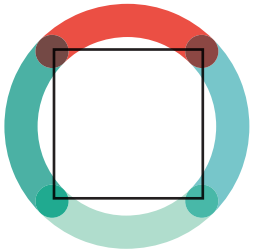
  Si l'information contenue dans le bandeau du bas l'exige, on donne à ce dernier un peu plus d'importance ou on augmente la hauteur totale du bandeau, selon ce qui convient le mieux dans le contexte.
- Le rouge est en transparence (mode de fusion: *multiply)*.
- Le brun violacé résulte de la superposition du rouge et du bleu.

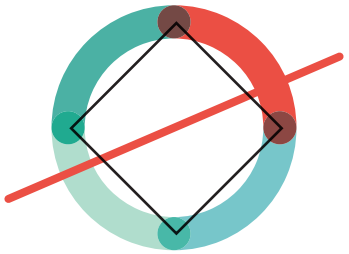
TIRET

- Le tiret de séparation est principalement utilisé dans les pièces plus textuelles (dépliants par exemple). Sa fonction est double : il permet une pause visuelle et rend la lecture plus agréable.
- On utilise le tiret EM en Gotham Rounded Bold. Sa longueur équivaut à deux lettres de la typographie titre.
- Sa couleur est adaptée au contexte.

BOUÉE

- La bouée est formée de 4 arcs de même taille, de couleurs différentes, unis par des petits cercles.
- Il s'agit d'une image et, comme pour les logos, on doit toujours utiliser la version électronique fournie et ne pas apporter de modifications aux couleurs ou à leurs positions relatives – on notera que le rouge fait face à la couleur la plus pâle (2).
- La bouée peut tourner, mais le carré formé par les quatre petits cercles doit toujours être droit et non incliné.

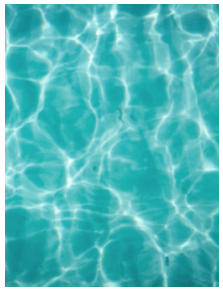




VISUELS

EFFET RECHERCHÉ

La série de visuels présentés ici illustre quel est l'effet, le ton recherché. En gros, les couleurs aqua dominent, un filtre adoucit l'image et une certaine sérénité se dégage de l'ensemble.



TRAITEMENT PHOTOGRA-PHIQUE

Original

Final

1. Créer une copie de l'image originale.

COLORATION

2. Ajouter un calque d'ajustement *hue/saturation*.
Mettre le *hue* du *master* entre -15 et 0 pour avoir une coloration aqua.
Au besoin, aller dans les couches de couleurs.

3. Ajouter un calque d'ajustement *black & white*.
Mettre une teinte de C70 M28 Y41 K03.
Ajuster les couleurs pour contraster et obtenir une coloration aqua (les chiffres varient selon les différentes images).

4. Au besoin, ajouter un calque d'ajustement en utilisant les masques pour accentuer certaines couleurs et les rendre plus lumineuses, et permettre d'accentuer / de saturer les rouges dans le cas où il y en a.

TEXTURE

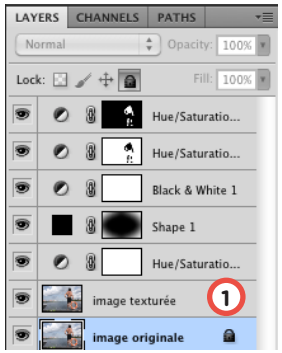
5. Sur le calque de l'image copiée, ajouter un filtre de *noise* à un niveau d'environ 0,3 px afin de sentir un petit grain.

6. Toujours sur le calque de l'image copiée, ajouter un filtre de *blur* d'environ 0,5 px afin d'avoir les grains pas trop définis.
Important: l'image doit être lisible.

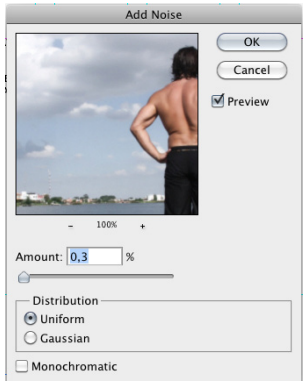
VIGNETAGE

7. Créer un ovale flou et noir qui doit dépasser les limites de l'image.

8. Mettre l'ovale en mode *soft light*.

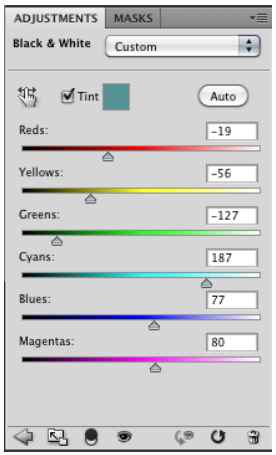


5

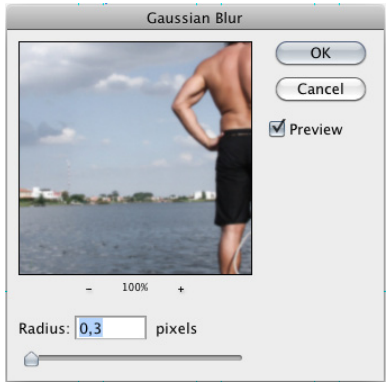


2

3



6



GUIDE D'EXÉCUTION

GUIDE D'EXÉCUTION

Cet exemple explique comment bâtir et agencer les divers composants de ce genre de pièce, représentative des exécutions les plus courantes produites par la Société de sauvetage – affiches, annonces imprimées et autres.

La composition est faite à partir d'une grille de 3 (orientation la plus courte) x 5 (orientation la plus longue).

BLOCS TEXTES

- Aligné à gauche.
- Centré sur la hauteur dans la zone en jaune.
- Hiérarchisation typographique telle que présentée ici.
- Texte du titre réparti de façon à compter peu de mots par ligne.
- Typographie : en capitales, en blanc ou en noir selon ce qui donne la meilleure visibilité.
- Crénage :
  Gotham Rounded : 70
  Frutiger : 75

LOGOS PARTENAIRES

- LOGOS DE PARTENAIRES
- Au-dessus du bloc directionnel, dans la même strate du bandeau.
- En blanc.
- Alignés avec la gauche du bloc texte.
- Alignés à leur base s'il y en a deux ou plus.
- Hauteur des logos : la même ou un peu moins que celle du logo de la Société.

BLOC DIRECTIONNEL

- Dans le coin inférieur gauche.
- En blanc.
- Aligné avec la gauche du bloc texte.
- Hauteur : environ la moitié de celle du logo.

MARGES

- Publications : opter pour des marges un peu plus grandes sur la hauteur.

BANDEAU

- La hauteur du bandeau correspond à environ 1/5 de la hauteur du support.
- L'image apparaît en transparence dans la partie rouge du bandeau.
- Comme expliqué en page 17, le brun violacé résulte de la superposition du rouge (6) et du bleu (1).

LOGO

- S'il apparaît seul dans le bandeau, le logo est placé de préférence dans le coin inférieur droit; et obligatoirement dans ce coin s'il apparaît avec d'autres informations – bloc directionnel, logos de partenaires –, lesquelles doivent apparaître dans le coin inférieur gauche.
- Alignement à leur base du logo et des informations qui apparaissent dans le coin inférieur gauche.
- Logo de la Société : noir.
- Logo dérivé : version noir et blanc.

EXEMPLES D'EXÉCUTIONS

RAPPORT ANNUEL
2012-2013
HEUREUX DE VOIR NOS CHIFFRES EN BAISSE.
2013
SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE

LOREM IPSUM
DOLOR SIT A
CONSECTETU
ADIPISCING E
SUSPENDISSE
EGESTAS. LO
IPSUM DOLOR
AMET, CONSE

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. PROIN LUCTUS.

SAUVETEUR

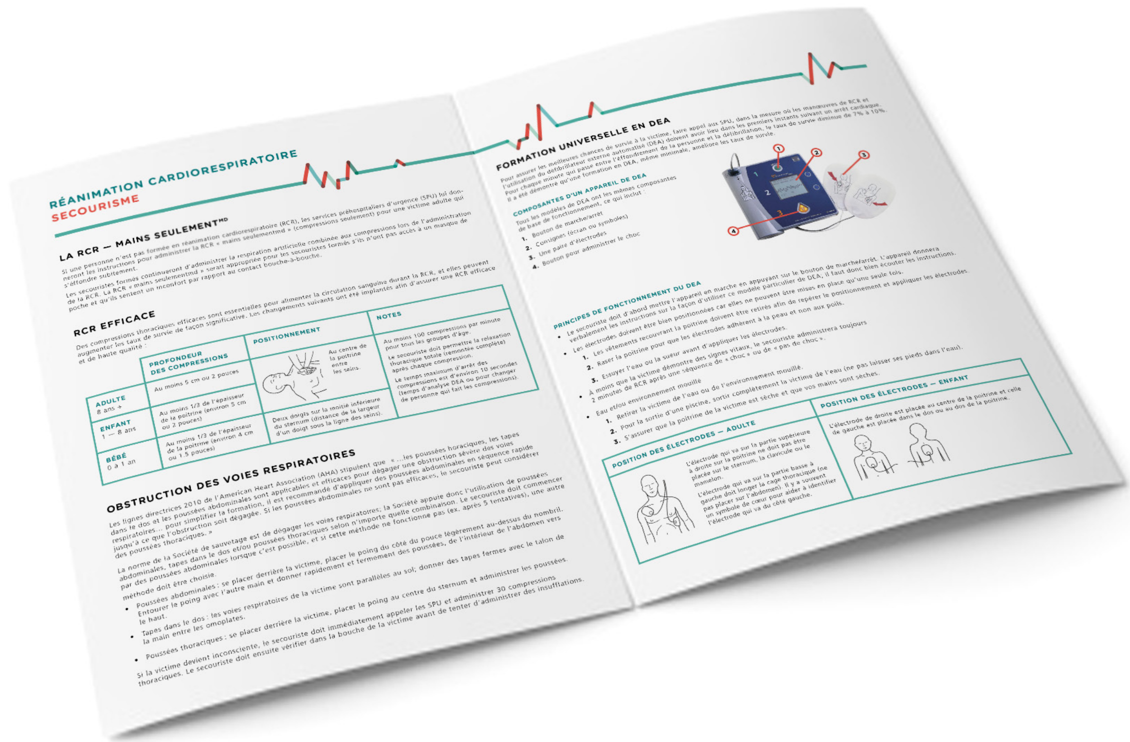
SAUVETEUR

BRIGADE
SPLASH

BRIGADE
SPLASH

RÉANIMATION CARDIORESPIRATOIRE
SECOURISME
LA CHAÎNE DE SURVIE
A-B-C VERSUS C-A-B

RÉANIMATION CARDIORESPIRATOIRE
SECOURISME
MISES À JOUR — PREMIERS SOINS
INTERVENANT PROFESSIONNEL DE LA SANTÉ


RÉANIMATION CARDIORESPIRATOIRE
SECOURISME
LA RCR — MAINS SEULEMENT
RCR EFFICACE
OBSTRUCTION DES VOIES RESPIRATOIRES
FORMATION UNIVERSELLE EN DEA

EXEMPLE D'UTILISATION DU TIRET