

GUIDE

d'application de
l'image de marque

Pour les partenaires du marché du travail

Stratégie globale de promotion et de
valorisation des métiers
et professions

Août 2019

INTRODUCTION

S'engager pour l'avenir

Le marché du travail québécois se trouve dans une position enviable alors qu'une situation de plein emploi est observable dans plusieurs régions du Québec. De nombreuses possibilités d'emploi sont offertes aux citoyennes et aux citoyens, l'avenir est prometteur. Toutefois, au moment où l'économie se transforme rapidement, les entreprises rencontrent des défis pour trouver la main-d'œuvre dont elles ont besoin.

Travailler de concert

Le gouvernement du Québec a fait de cet enjeu une de ses priorités et a mis en place plusieurs mesures pour faire face aux principaux défis en matière d'adéquation formation-compétences-emploi. La Stratégie globale de promotion et de valorisation des métiers et professions figure parmi ces mesures. Elle rassemble, dans une vision concertée, les initiatives des membres de la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT) et des ministères et organismes gouvernementaux.

C'est en unissant nos actions que nos communications auront encore plus d'impact. Voilà pourquoi nous avons créé une image de marque forte et unique.

Vous avez la tête à l'avenir et le coeur à l'ouvrage ? Suivez le guide !

OBJECTIF

Ce guide a pour but d'encadrer l'utilisation des éléments graphiques créés pour soutenir la Stratégie globale de promotion et de valorisation des métiers et professions. Le message clé principal est également proposé.

Image de marque

L'image de marque, c'est notre personnalité, c'est la vitrine de tous nos efforts. C'est ce qui nous définit, en un clin d'œil, dans le regard de l'autre.

Elle est représentée par un élément graphique unique qui assurera une fonction d'identifiant, en plus de répondre à un besoin de regroupement et un désir de cohérence.

UTILISATEURS

Ce guide s'adresse aux partenaires du marché du travail ainsi qu'aux graphistes, infographistes, imprimeurs ou autres fournisseurs de services qui sont appelés à utiliser et à appliquer l'image de marque de la Stratégie globale.

En contexte gouvernemental

Dans un contexte gouvernemental, l'utilisation de cette image de marque doit se faire conformément aux règles et aux normes du programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec (PIV) et de l'image gouvernementale. À cet effet, elle doit toujours être accompagnée de la signature gouvernementale (Québec drapeau) et de l'image gouvernementale. En aucun cas, elle ne peut les remplacer.

IMAGE DE MARQUE

Fonction : identifiant

Identifier l'ensemble des initiatives de communication menées par les partenaires des secteurs publics comme privés, en augmentant la portée de la marque et de ses messages.

Action : regroupement

Démontrer que toutes ces initiatives ayant trait au marché de l'emploi au Québec font partie d'une même stratégie globale.

Qualité : cohérence

Uniformiser les outils afin de transmettre des valeurs semblables.



3 VERSIONS

VERSIONS

Trois versions de la thématique ont été développées en tenant compte de l'émetteur et de la cible.

Génériques

(au choix)



TRAVAILLONS L'AVENIR

Une thématique englobante qui exprime l'objectif commun. À utiliser lorsque le contexte permet de comprendre le sujet dont il est question, c'est-à-dire l'emploi au Québec.



TRAVAILLONS L'AVENIR

Un emploi à ton image

Une thématique complète qui met l'objectif commun de l'avant (Travaillons l'avenir) tout en évoquant le bénéfice pour chacun (Un emploi à ton image). Une version qui sert bien une communication de type institutionnelle.

Activités de communications publiques



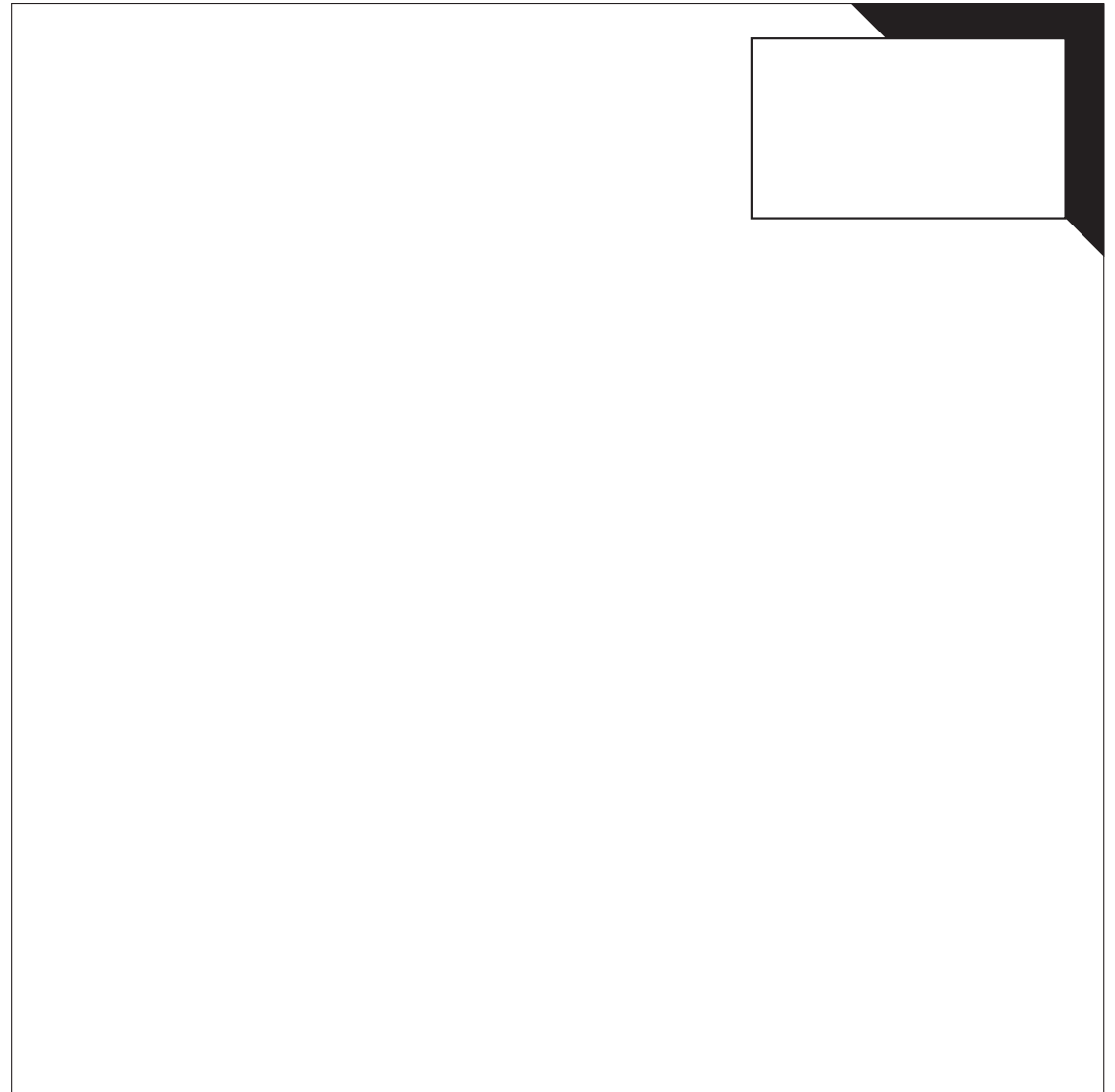
UN EMPLOI À TON IMAGE

Une thématique résolument tournée vers les travailleurs (actuels et futurs) visés par la communication et le bénéfice qu'ils peuvent en retirer : trouver un emploi qui leur ressemble. La version idéale pour les partenaires s'adressant directement à la cible.

POSITIONNEMENT

Le coin

L'élément graphique doit toujours être positionné dans le coin supérieur droit.



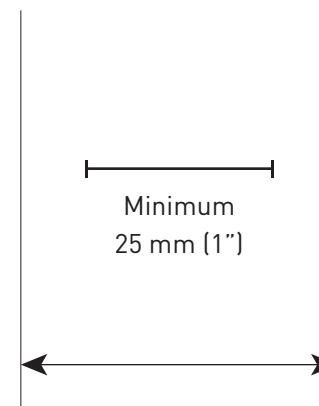
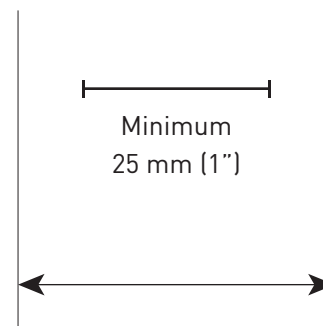
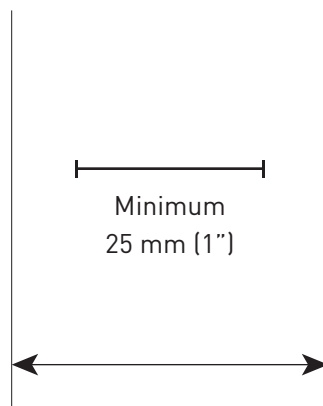
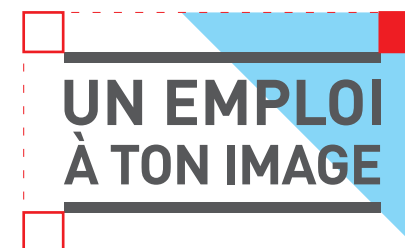
RÈGLES D'UTILISATION

Zone de protection

Une zone de protection (blanc) équivalente à la marge (rouge) doit être respectée en tout temps.

Application minimale pour imprimés

La largeur de l'élément graphique, excluant la marge, ne doit jamais être inférieure à 25 mm (1").



COULEURS

NOM
CMYK
PANTONE
RGB
Web

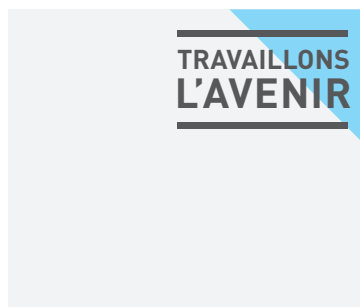
CYAN ●
42 0 0 0
291
136 214 248
88d6f8

NOIR ●
0 0 0 80
179-12
94 94 95
5E5E5F

BLANC ○
0 0 0 0
75-1
255 255 255
ffffff

Fond clair

Utiliser la signature avec le texte foncé.



Fond sombre

Utiliser la signature avec le texte blanc.



POLICE DE CARACTÈRES

La police de caractères officielle de l'image de marque de la **Stratégie globale de promotion et valorisation des métiers et professions** est **DIN OT Bold**.

DIN OT
Bold

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? @ # & () % \$ * ; « »

Vous pourrez retrouver la police dans le dossier « 0 Polices » de la boîte à outils.

La police doit être utilisée de façon rigoureuse afin que l'ensemble des communications projette une image unique et facilement identifiable.

CONTRE-INDICATIONS

La signature officielle doit toujours être utilisée telle qu'elle a été conçue, sans modification, sans ajout. De ce fait, elle sera utilisée adéquatement.

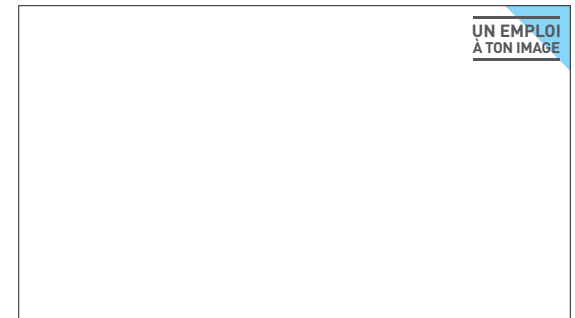
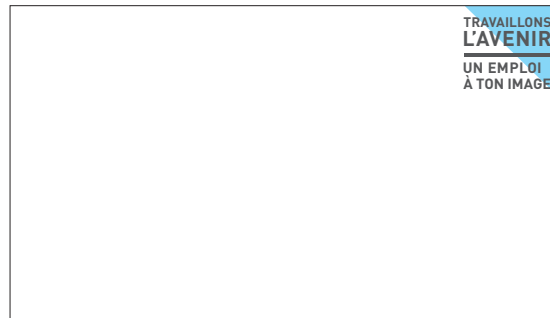
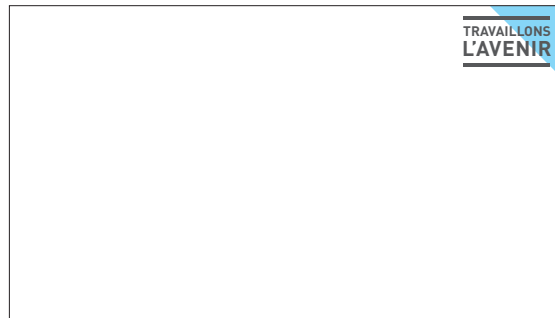
Voici quelques exemples d'utilisations incorrectes.



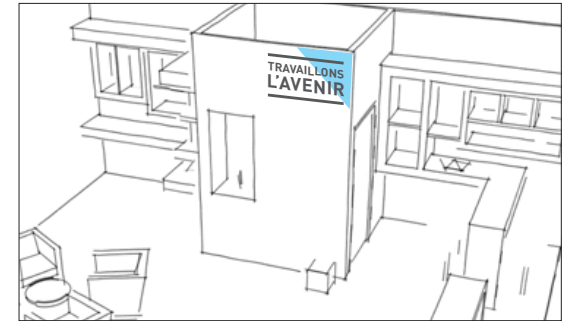
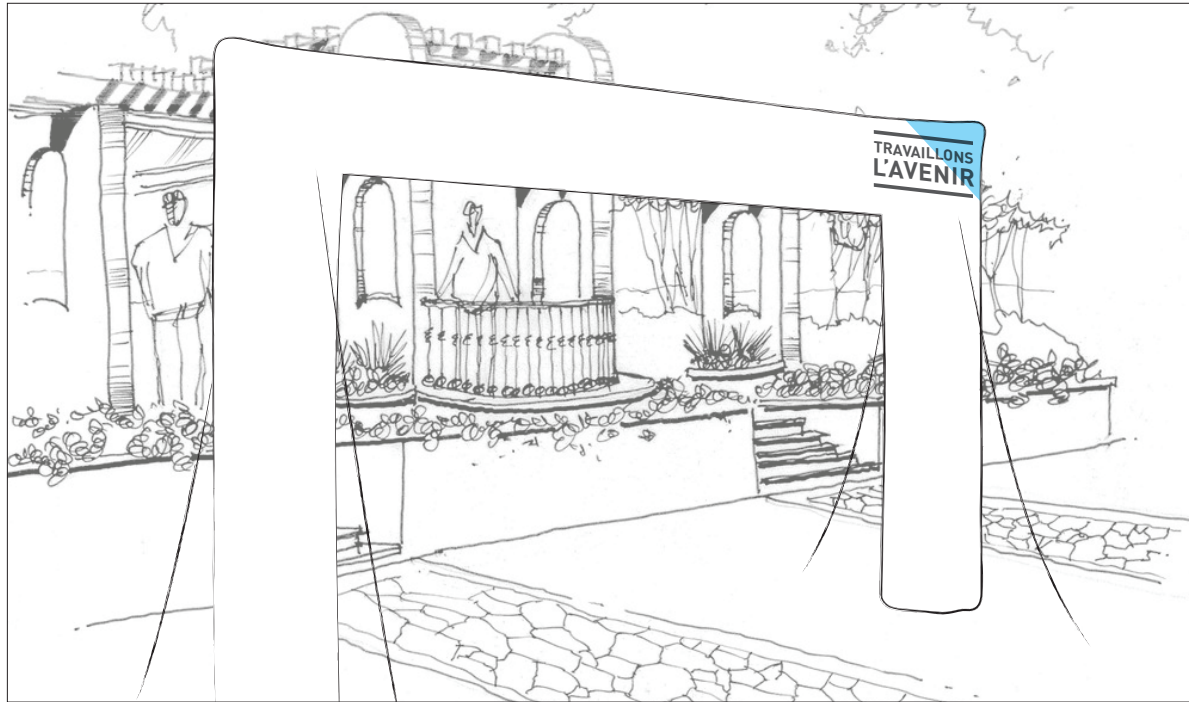


EXEMPLES D'APPLICATIONS

PRÉSENTATION POWERPOINT

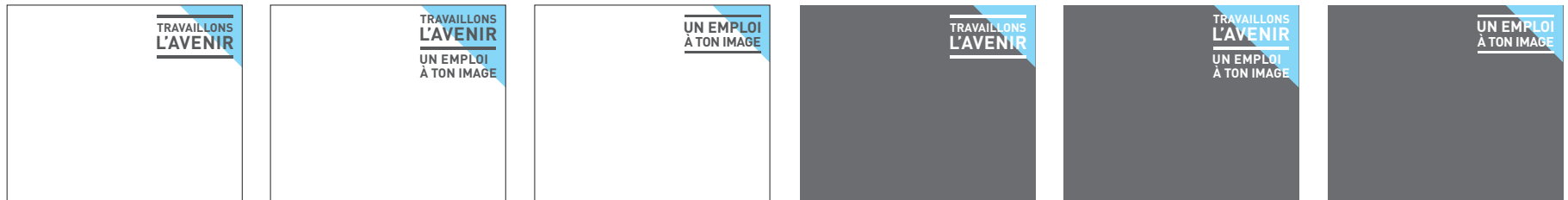


ÉVÉNEMENTS PUBLICS

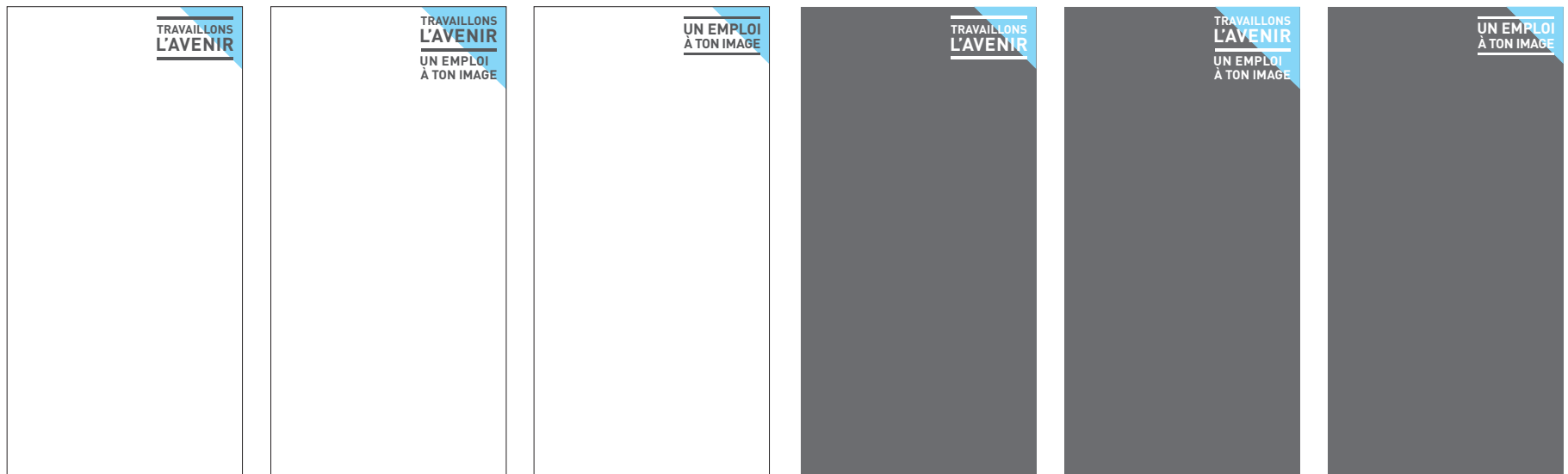


PUBLICITÉS WEB

300 x 250



300 x 600



Fond clair

Fond sombre

PUBLICITÉS WEB

728 x 90



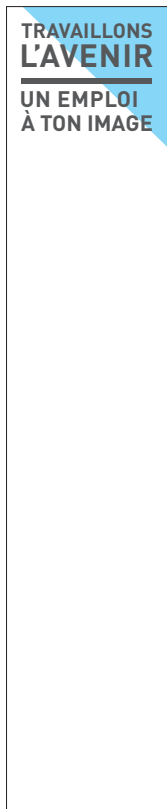
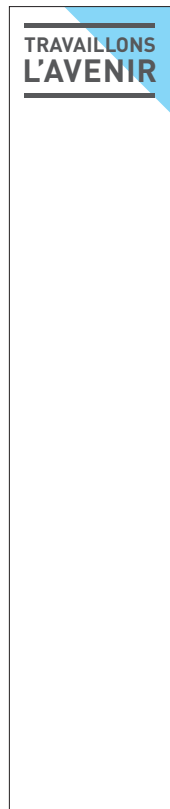
Fond clair



Fond sombre

PUBLICITÉS WEB

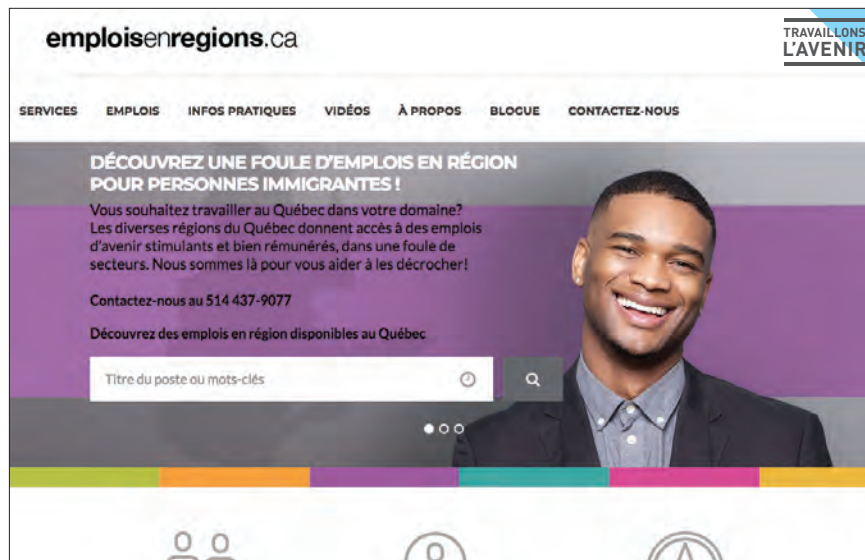
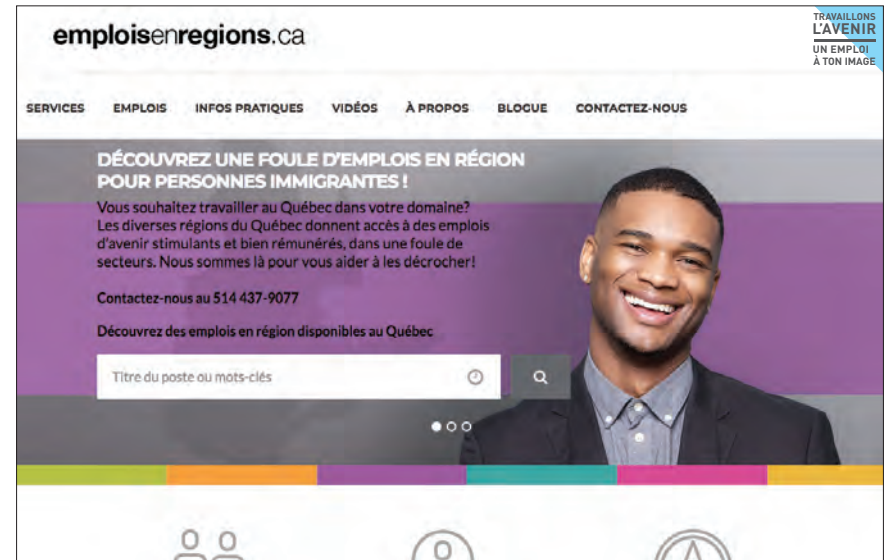
120 x 600



Fond clair

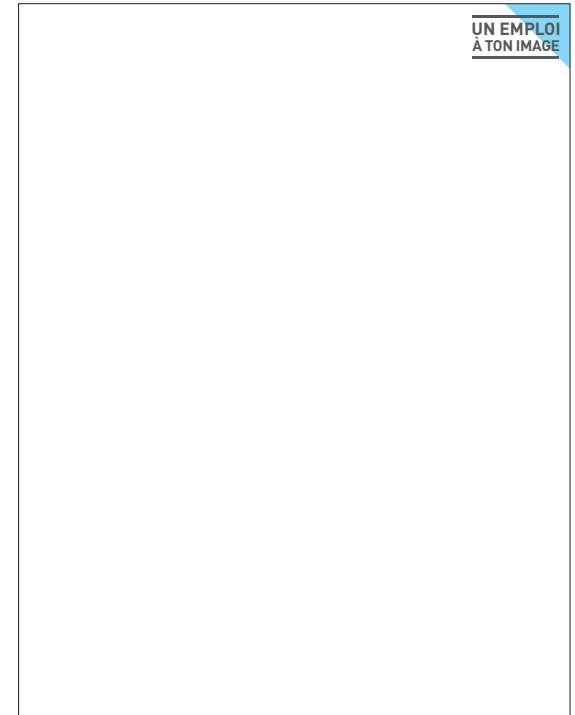
Fond sombre

SITES WEB EN LIEN AVEC UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION



PUBLICITÉS IMPRIMÉES

Format vertical



Format horizontal



AFFICHAGE

Abribus



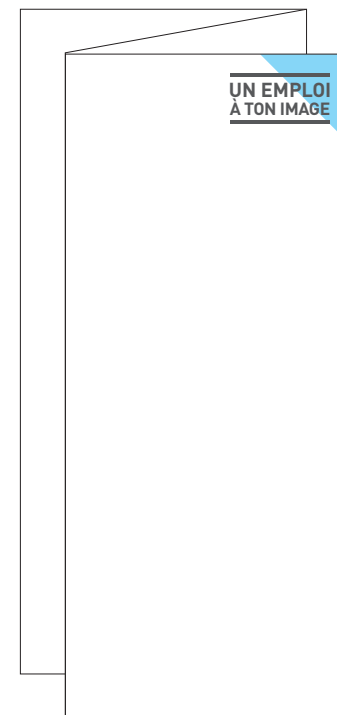
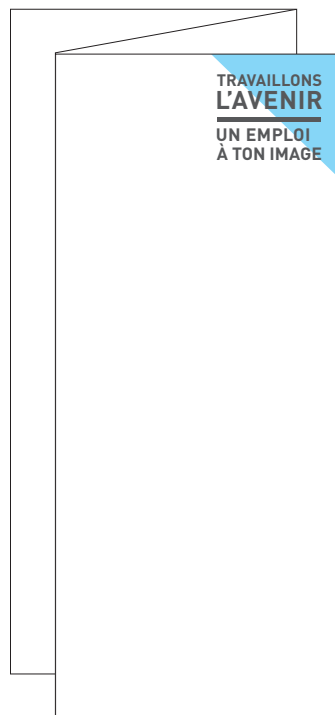
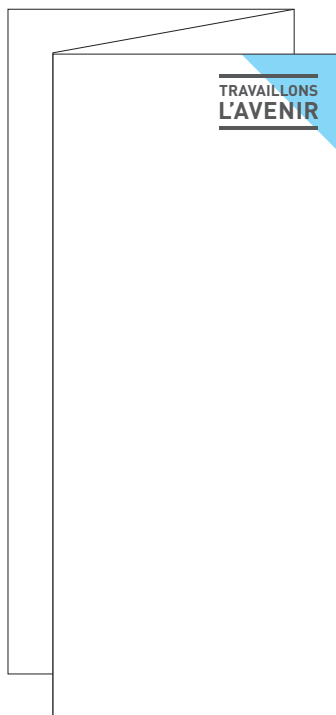
PUBLICITÉS TV

Publicités télévisées et web, et capsules web : un panneau de fermeture avec slogan.

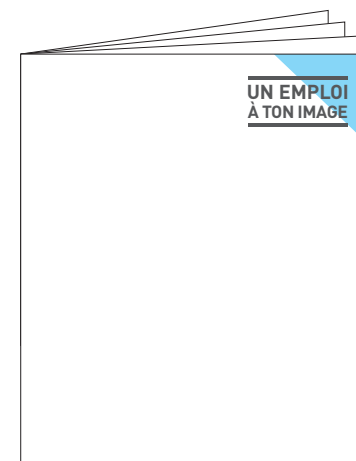
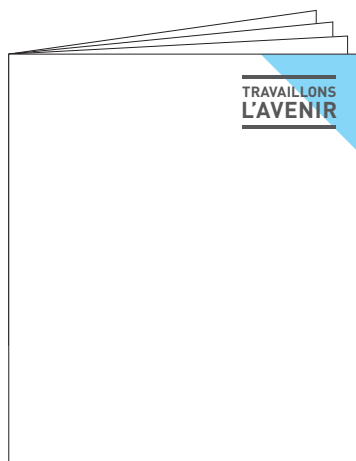


AUTRES OUTILS

Dépliant



Feuillet





MESSAGE CLÉ

POURQUOI UN MESSAGE CLÉ?

Les partenaires peuvent s'inspirer du message clé principal « L'avenir cherche du monde comme toi » pour créer des déclinaisons, liées à leur secteur d'activité spécifique, qu'ils utiliseront dans leurs propres communications.

MESSAGE CLÉ PRINCIPAL

L'avenir cherche du monde comme toi

EXEMPLES POSSIBLES DE DÉCLINAISONS

L'avenir cherche des experts en humain

L'avenir cherche une agente ou un agent de protection de la faune!

AIDE-MÉMOIRE

Quoi ? : un guide pour encadrer l'application de l'image de marque de la Stratégie globale.

Pour qui ? : l'ensemble des partenaires de la Stratégie globale est invité à utiliser l'image de marque. Ce guide est destiné spécifiquement aux partenaires du marché du travail.

Quand ? : pour identifier l'information sur le marché du travail en tout genre. Que ce soit sur un outil promotionnel, une offre d'emploi ou une publication statistique, l'image de marque permet de repérer facilement le mouvement pour l'emploi et l'information juste.

Application gouvernementale : le Programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec et le guide d'utilisation de l'image gouvernementale ont toujours priorité sur l'image de marque de la Stratégie globale.

Message clé et déclinaisons : les exemples sont présentés en guise de référence.

