

Guide de campagne

# Reste Ici !

● Centre-  
du-  
Québec

À l'usage des ambassadeurs  
et ambassadrices de la  
marque et des graphistes

Mai 2026

**Une campagne  
pour valoriser notre  
région, mobiliser  
nos communautés  
et faire rayonner  
la fierté d'ici.**

---

# La campagne en bref

Un concept fort qui met notre côté humain de l'avant. Reste ici ! est un message simple, direct et flexible qui s'adresse aussi bien aux résidents actuels qu'aux futurs arrivants. C'est la promesse d'une qualité de vie sans compromis.

---

## L'ambition de la campagne

---

Transformer le Centre-du-Québec d'une région de passage à une destination pour la vie.

La campagne « Reste ici! », c'est l'histoire d'un grand souhait commun: celui que tous nos acteurs et toutes nos actrices du Centre-du-Québec aient envie de clamer haut et fort qu'ils ne comprennent pas pourquoi tout le monde n'habite pas chez nous.

La campagne souhaite prouver que notre région est bien plus qu'une amourette de passage, et qu'elle a tout pour devenir une destination... pour la vie.

Nous offrons toutes les raisons du monde pour s'installer, des occasions de s'épanouir, et nous sommes tous habités d'une envie sincère que tout le monde ait envie... de rester ici.

## Le ton

---

On s'adresse à l'humain de façon simple, en évitant la rigidité institutionnelle.

# Humain

---

Enthousiaste, visionnaire, encourageant et tourné vers l'autre

---

# Chaleureux

---

Accueillant, amical, stimulant et axé sur le contact social

---

# Fier

---

Assuré, unique, positif et ancré dans son territoire

---

# Un brin insistant

Frontal, curieux, et prêt à tout pour convaincre notre cible

# Votre rôle comme partenaire

---

## Une vision collective

La Table souhaite déployer un message qui rassemble et aligne les forces locales pour qu'elles rayonnent d'une seule voix.

En tant que partenaire, vous êtes le relais essentiel pour créer un effet de coalition sur le territoire.

## Optimiser l'image de marque régionale.

Favoriser l'adhésion et la compréhension de la marque avant de s'adresser à l'externe.

---

## Renforcer le sentiment d'appartenance.

Créer un effet de masse où chaque citoyen et partenaire s'approprié la fierté locale.

---

## Propulser votre propre marque locale.

Utiliser le mouvement collectif pour faire rayonner vos propres initiatives et attraits.

---

# Votre boîte à outils

La boîte à outils destinée aux partenaires de la campagne de notoriété « Reste ici! » est conçue pour être déployée en amont de la campagne grand public. En tant que ville, municipalité, entreprise, organisme, institution ou autre, vous êtes les porte-paroles tout désignés de notre territoire.

Nous croyons que c'est en ralliant le plus grand nombre de partenaires que cette campagne, qui met en valeur notre belle région, rayonnera et convaincra des familles à y déménager ou y demeurer.

---

# Votre boîte à outils complète

---

Pour faciliter le déploiement de la campagne, nous mettons à votre disposition une boîte à outils contenant tous les fichiers sources nécessaires.

Cette trousse vous permet d'adapter la signature régionale à votre réalité locale, que ce soit pour une offre d'emploi ou un événement.

## Où trouver les outils ?

Rendez-vous sur [icionfaitbougerleschoses.com/campagne-2026-2027](https://www.icionfaitbougerleschoses.com/campagne-2026-2027) pour télécharger la boîte à outils et commencer à bâtir vos visuels.

## Ce que vous trouverez dans la boîte à outils :

### Actifs de marque

Des fichiers PNG et vectoriels du slogan « **Reste ici!** » et du sceau [resteici.ca](https://www.resteici.ca), optimisés pour une lisibilité maximale.

---

### Système de timbre

Les gabarits de timbres (masque, forme, ligne) que vous pouvez superposer à vos propres photos.

---

### Charte de couleurs et typographies

Les codes couleurs exacts et la police Aperçu Pro pour garantir la cohérence visuelle.

---

### Contenu prêt à diffuser

Des outils clés en main incluant des bandeaux Facebook, 8 modèles de publications variés et des signatures de courriel pour diffuser la marque rapidement et avec cohérence.

---

# Univers visuel

Cette section explique comment utiliser les éléments graphiques pour assurer une cohérence régionale.

---

## Le slogan

---

### Une ligne multidimensionnelle

La ligne de campagne «**Reste ici!**» agit comme une extension directe de la ligne de marque «**Ici, on fait bouger les choses**».

Elle détient les mêmes attributs de force et de dynamisme, mais est davantage tournée vers l'engagement de la cible.

**Le Centre-du-Québec  
a tant à t'offrir.**

**Reste Ici!**

## Le concept visuel

---

### Transformer l'image en message.

L'univers de la carte postale est le fil conducteur de la campagne. Le cadre dentelé sert de gabarit pour transformer chaque image en un message direct, reconnaissable au premier coup d'œil.

Le timbre est un symbole universel qui évoque l'authenticité d'une destination et le plaisir de partager une expérience réelle. C'est un outil flexible qui structure l'image tout en créant une signature visuelle forte.



## Flexibilité du slogan

---

### Optimiser l'impact selon vos supports.

Pour s'adapter à vos outils, le slogan «**Reste ici!**» est décliné en trois formats. Le choix de l'alignement doit toujours privilégier la lisibilité et la hiérarchie visuelle de votre support.

### Avec ou sans logo

Le slogan peut être utilisé seul ou avec la signature officielle. La seule condition est que le point d'exclamation doit impérativement figurer sur le visuel, qu'il soit intégré à l'accroche ou utilisé comme accent graphique géant.



Alignement horizontal



Alignement centré sur deux lignes



Alignement à gauche sur deux lignes

# La forme timbre

Inspirée de l'imagerie postale, la forme timbre agit comme une fenêtre ouverte sur le Centre-du-Québec.

Icône de la campagne, elle est conçue pour être flexible. Sa force? Se déconstruire et se superposer pour s'adapter à tous nos contenus (photo, illustration, texte) et tous nos supports.

Conseil d'utilisation: N'hésitez pas à l'incliner (7° ou 14°). Cela brise la rigidité institutionnelle et apporte du mouvement au visuel.



## Masque

Isoler un sujet sur un fond neutre ou de la palette régionale.



## Contour

Souligner discrètement une image avec une ligne de contour.



## Timbre

Positionner l'élément librement pour dynamiser l'espace et créer un point d'ancrage.



## Superposition

Jouer avec les plans pour créer de la profondeur et du rythme.

# La forme timbre

---

## Un système conçu pour tous les formats.

Le timbre s'adapte aux différentes contraintes de diffusion sans altérer son apparence.

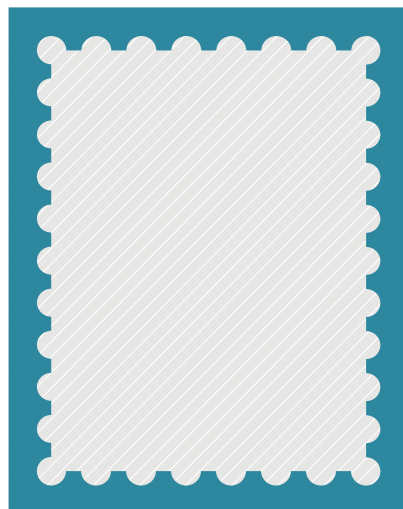
Les cadres sont fournis dans votre boîte à outils en formats 5:4 et 1:1. Il est crucial de ne jamais étirer ou déformer le cadre afin de préserver l'intégrité des dentelures.

### Pinceau (Brush) Adobe

Pour les créatifs souhaitant générer des formes de timbres sur mesure, un pinceau spécifique est disponible. Cet outil permet de créer des cadres dentelés personnalisés qui s'adaptent parfaitement à des formats atypiques.

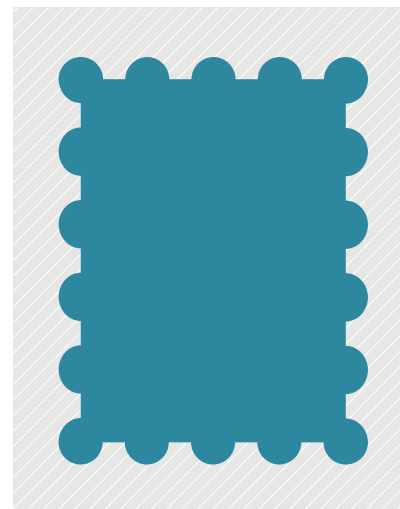
Lien vers la ressource :

### Postage Stamp Frame Brush



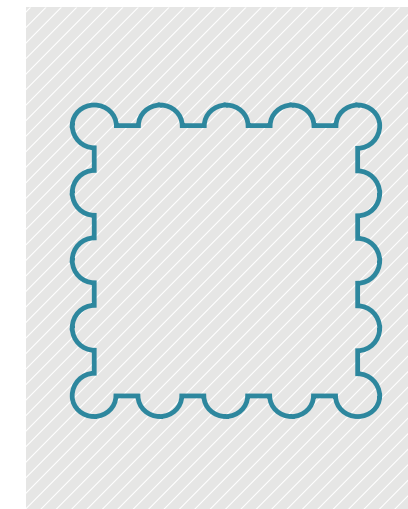
#### Timbre masque

Utilisé comme fenêtre pour laisser apparaître une photo en arrière-plan.



#### Timbre forme

Parfait pour créer un aplat de couleur ou mettre en valeur un bloc de texte.



#### Timbre contour

Idéal pour ajouter un contour graphique léger et structurer la composition.

## Le point d'exclamation

Signe iconique de notre région, il insuffle de l'énergie et de la spontanéité à la plateforme.

C'est un élément crucial, car il fait le pont entre l'identité visuelle de la région (le logo du Centre-du-Québec) et le ton complice de la campagne.

### La couleur jaune seulement

Afin de préserver sa force symbolique et son lien direct avec le logo régional, le point d'exclamation doit être utilisé exclusivement en jaune.

Cette constance assure une reconnaissance immédiate sur tous vos visuels.

**Note :** Puisque ces éléments appartiennent à l'image de marque globale de la région, ils ne sont pas fournis dans les fichiers de cette campagne spécifique. Nous vous invitons à utiliser les actifs de marque officiels du Centre-du-Québec déjà à votre disposition ou téléchargeables sur le site web.

### L'accent visuel

On l'utilise en format géant pour habiller l'image, remplir l'espace et attirer l'œil vers l'information importante.



### La ponctuation

Intégré directement dans les accroches, le point d'exclamation renforce le ton complice de la campagne et transforme chaque phrase en une invitation chaleureuse.

### Précision technique

Pour respecter l'ADN du Centre-du-Québec, le bloc texte doit être incliné à 3,5° lorsqu'il est ponctué du logo. Cet angle précis assure une harmonie parfaite avec le logo.



## La force de la cohérence

---

Une application rigoureuse des éléments garantit la force de l'image régionale.

En respectant ces règles, vous assurez un équilibre entre votre identité et celle de la campagne.

Cette constance permet au message « **Reste ici!** » de conserver le même impact sur tous les supports, créant ainsi une signature commune forte et authentique.

## Signature

Elle est fournie sous forme de fichiers graphiques (PNG ou vecteurs). Elle ne doit jamais être modifiée ou décomposée.

---

## Lisibilité

Elle doit toujours être placée dans une zone dégagée du visuel pour garantir un impact maximal.

---

## Slogan

Utilisez uniquement les fichiers fournis. Ne pas retaper le texte afin de préserver le caractère du «**Reste ici!**».

---

## Logo

Utilisez l'une des versions officielles du logo Centre-du-Québec.

# Les couleurs

## Notre plateforme s'appuie sur l'identité officielle du Centre-du-Québec.

Bien que l'usage de l'ensemble des couleurs régionales demeure permis, nous privilégions cette sélection pour créer un univers plus chaud et organique, propre à la campagne.

### Le jaune officiel

Nous gardons la couleur originale du logo pour assurer une reconnaissance immédiate de la marque.

### Le beige

Il remplace le blanc pur pour apporter une touche de douceur et un aspect terroir plus authentique.

### Le rouge & le brun

Ces teintes ajoutent de la profondeur et créent un lien direct avec la terre et les couleurs de l'automne.

#### PANTONE 7499 À 30%

RGB 248, 246, 234

CMYK 3, 4, 12, 0

HEX #F8F6EA

#### PANTONE 122

CMYK 0, 15, 95, 0

RGB 255, 205, 10

HEX #FFCDOA

#### PANTONE 1945

CMYK 22, 99, 73, 11

RGB 178, 34, 64

HEX #B22240

#### PANTONE 7694

CMYK 99, 71, 38, 24

RGB 0, 70, 103

HEX #024667

#### PANTONE 032

CMYK 0, 94, 84, 0

RGB 240, 51, 53

HEX #F03335

#### PANTONE 346

CMYK 69, 0, 68, 0

RGB 72, 186, 128

HEX #48BA80

#### PANTONE 4625

CMYK 38, 82, 90, 56

RGB 90, 37, 18

HEX #5A2512

#### PANTONE 157

CMYK 0, 45, 74, 0

RGB 255, 159, 82

HEX #FF9F52

#### PANTONE 7459

CMYK 84, 36, 28, 2

RGB 23, 131, 160

HEX #1783A0

## La typographie

---

Pour la plateforme « Reste ici! », nous utilisons la police officielle de la région, Apercu Pro

### L'impact du « bold »

Pour les accroches et messages clés, nous privilégions la version Bold. Cette graisse assure une lisibilité idéale, même de loin.

### Le corps de texte

Pour les blocs plus longs, nous utilisons le Regular. Le Medium est admis si la lisibilité sur fond coloré est compromise.

### URL

Pour l'URL resteici.ca, nous utilisons Apercu Mono Regular. Ce style machine à écrire rappelle l'univers postal du timbre.

### Apercu Bold

Titres et accroches

---

### Apercu Bold

Sous-titres et emphase

---

### Apercu Regular

Corps de texte

---

### Apercu Mono Regular

URL

# Aa Bb Cc

## Le Centre-du-Québec a tant à t'offrir.

Le Centre-du-Québec est une région en mouvement. Son dynamisme fait partie intégrante de son identité. C'est ainsi que le mouvement prend tout son sens.

Le logo animé correspond à une trajectoire, une lancée. Il démontre à quel point la région, ses habitants, ses entreprises et ses organismes sont toujours propulsés vers l'avenir et à la recherche continue d'innovation.

RESTEICI . CA

## Le sceau

---

**Le sceau resteici.ca est l'outil de conversion qui dirige le public vers notre plateforme numérique.**

Inspiré du tampon postal, il vient affirmer notre univers de marque. Utilisez-le pour clore le message, idéalement sur les formats d'affichage ou les cartes postales.

Deux déclinaisons sont disponibles dans votre boîte à outils: avec ou sans le cercle. Choisissez celle qui s'intègre le mieux à l'espace disponible sur votre création.

### Conseil d'utilisation

Placez le sceau dans une zone dégagée, souvent à l'opposé du slogan, pour équilibrer la mise en page et laisser respirer votre visuel.



---

# La voix

---

## D'une seule et même voix

---

Pour que les partenaires s'approprient la marque, les phrases doivent toucher à l'un de nos trois piliers de la campagne : la fierté locale, la personnalité ou encore qu'elle démontre un avantage concret de la vie au Centre-du-Québec.

### Quelques exemples pour illustrer ces piliers...

- Une qualité différente des autres
- Un développement différent des relations avec la communauté
- Une ambiance qu'on ne retrouve nulle part ailleurs
- Une approche unique
- Un attrait vu de votre point de vue
- Un service offert juste chez vous
- Une proximité qu'on ne retrouve pas partout
- etc...

Voici un rappel des piliers pour aider à trouver des idées :

### Adhésion

Qu'est-ce qui nous rend fiers et fières d'être Centricois et Centricoises ?

---

### Personnalité

Qu'est-ce qui nous rend chaleureux, proches du monde, attachants ?

---

### Avantages

Quels sont les points forts, les attraits et les arguments concrets qui nous distinguent ?

# Comment parler

## Adoptez un ton direct, simple et humain.

Pour vous donner un boost d'inspiration, voici quelques phrases potentielles pour adapter le slogan « **Reste ici!** » à votre sauce, qu'elle soit brune ou barbecue.

Inspirez-vous-en, retravaillez-les, allez plus loin : vous connaissez mieux vos réalités que quiconque, vous êtes les mieux placés pour vous approprier le message.

### Pour les municipalités et MRC

#### (Fierté et patrimoine)

- L'inventeur de la poutine, il reste ici.
- Le plus beau spot pour voir les oies, ça reste ici.
- Le secret le mieux gardé du fleuve, il reste ici.
- Ta dose de grand air sans faire 3h de route, ça reste ici.
- Le berceau de l'agriculture au Québec, ça reste ici.

### Pour le secteur touristique et la restauration

#### (Expérientiel)

- Le meilleur fromage en grain au monde, il reste ici.
- Le coucher de soleil que tout le monde photographie, il reste ici.
- Ton prochain coup de cœur gourmand, il reste ici.
- Ta microbrasserie préférée, elle reste ici.

### Pour les entreprises et employeurs

#### (Attraction & RH)

- Ta carrière de rêve sans le trafic du pont, ça reste ici.
- Les innovateurs qui s'impliquent pour le monde entier, ça reste ici.
- Ton équilibre travail-famille, il reste ici.
- Le talent qu'on veut garder, il reste ici.
- Tes futurs collègues préférés, ils restent ici.

### Pour les organismes de loisirs et culture

#### (Vie de quartier)

- La relève culturelle qui brasse les idées, elle reste ici.
- Ton terrain de jeu grandeur nature, il reste ici.
- L'histoire qui s'écrit encore, elle reste ici.
- Ta gang, tes racines, ton monde : tout reste ici.

### Pour les messages « Agitateurs »

#### (Plus audacieux)

- Si tu cherches le bonheur, arrête-toi : il reste ici.
- Pourquoi aller ailleurs ? Le meilleur reste ici.
- Ton plan A, c'est que ça reste ici.
- Le stress de la grande ville ? Ça ne reste pas ici.

### Pour les organisations scolaires, volet « Étudier »

#### (Plus audacieux)

- Découvrir tes passions pour ton avenir, c'est en restant ici.
- Une place pour étudier, et y rester, c'est bien ici.
- Ta gang pour étudier et apprendre la vie, ça reste ici.
- Tes études et la suite de ta carrière, ça peut clairement rester ici.

---

# Calendrier et déploiement

---

## Orchestration

---

La campagne sera portée collectivement par les organisations du territoire, à travers une activation coordonnée de leurs canaux de communication.

Mai

### Lancement aux partenaires

---

**Présentation de la campagne et présentation des outils pour faciliter la participation.**

- dévoilement de la campagne
  - remise de la boîte à outils
  - invitation à participer au mouvement
- 

Juin

### Appropriation par les partenaires

---

**Les organisations s'approprient l'image de marque et l'intègrent à leurs communications.**

- diffusion sur leurs réseaux sociaux
  - présence dans leurs événements et initiatives
  - utilisation des visuels et du concept de la campagne
- 

Juillet à octobre

### Amplification collective

---

**La multiplication des partages crée une présence forte sur le territoire.**

- publications coordonnées
- partage du contenu « grand public »

# Publications à partager

Voici comment vous pouvez utiliser les outils à votre disposition pour faire rayonner la région dans vos propres réseaux.

## Tout est déjà prêt dans la boîte à outils

6 visuels au choix et 2 textes (captions) sont fournis pour faciliter vos partages.

L'objectif est de vous offrir du contenu déjà mâché pour soutenir une présence constante sans alourdir votre charge de travail.

Nous vous demandons de publier un post par mois parmi cette sélection.

L'invitation est lancée : reste ici! ⚠️

C'est avec fierté que nous participons à la nouvelle campagne de notoriété du Centre-du-Québec.

« Reste ici », c'est notre façon de rappeler au monde que nous ne sommes pas qu'une région « de passage ». Nous avons tout à offrir à ceux et celles qui décident de s'installer parmi nous, et nous ne passerons pas par quatre chemins pour leur rappeler!

Fiers Centricois, fières Centricaises,  
passez le message!



La meilleure région où s'installer, ça reste ici. 😊 On le sait depuis toujours, il faut simplement le communiquer!

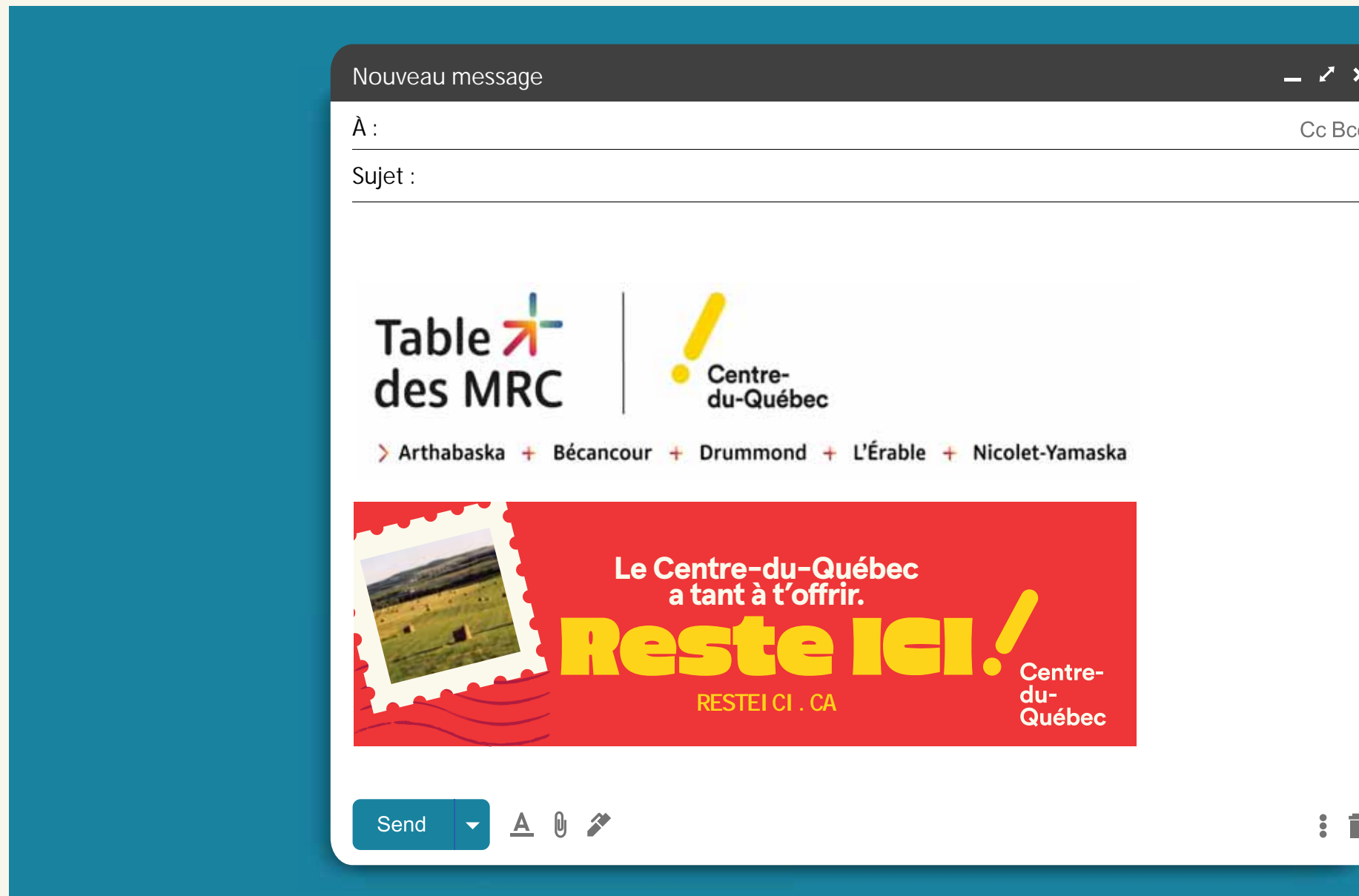
C'est l'idée derrière la campagne « Reste ici » du Centre-du-Québec : célébrer le meilleur de notre région et partager ce qui contribue à notre qualité de vie Centricoise, pour inspirer les gens de partout.

On a tous un trésor au Centre-du-Québec qu'on ne quitterait pour rien au monde... Le vôtre, c'est lequel?



## Signature de courriel

Vous pourrez ajouter ce bandeau à votre signature de courriel pour partager le message et montrer votre implication dans la campagne.



## Bandeaux réseaux sociaux

Au-delà des publications, vous pourrez afficher votre soutien à la campagne en utilisant un bandeau « Reste ici! » sur les pages de vos réseaux sociaux.



## Phase « grand public »

---

Votre participation sera sollicitée à l'automne pour faire résonner les messages destinés à tous les publics.

### Offensive vidéo

Une publicité vidéo sera publiée à l'automne pour lancer la phase intensive de la campagne. Merci de nous aider à la partager!

---

### Contenu social

La Table partagera du contenu sur ses réseaux de août 2026 à août 2027. N'hésitez pas à rejoindre la conversation, republier les publications qui vous rejoignent, et publier votre propre contenu en identifiant la page Facebook de la Table.

---

