



**EDITORS**  
**RÉVISEURS**  
**CANADA**

---

# PLATEFORME DE MARQUE : INTRODUCTION

Il est important de conserver et de respecter un ensemble cohérent de directives sur les éléments de la marque. De telles directives assurent la présentation d'un message uniforme qui fera connaître la nouvelle identité. Au fil des années, elles deviendront synonymes de la qualité de la réputation et des propositions de l'Association.

Les nouveaux attributs de la marque ainsi que l'explication de leurs caractéristiques, relations et utilisations suivent.

Une plateforme de marque se compose des idées fondamentales qui structurent et soutiennent le positionnement de la marque ainsi que ses valeurs et ses propositions en articulant un message particulier de façon claire, cohérente et percutante.

Les principaux composants de la nouvelle plateforme de marque sont les éléments du logo et le message de base qui soutient les piliers de la marque. Ces éléments sont expliqués dans les pages qui suivent.

Des options bien définies ont été mises au point pour répondre aux besoins des différents types de structure, des différents contenus et des divers moyens de communication. Cette souplesse permet à la marque de se développer et de s'adapter en fonction des situations et des exigences.

Les renseignements suivants servent de base facilitant l'élaboration d'une plateforme de marque cohérente pour la nouvelle identité visuelle.

---

# PLATEFORME DE MARQUE : VUE D'ENSEMBLE

## Mission

Créer et établir une nouvelle marque (visuelle et écrite) qui raconte l'histoire des réviseurs et leur travail et qui présente le rôle de Réviseurs Canada de façon positive, contemporaine et dynamique. Produire des messages à l'intention d'un public francophone et anglophone.

## Motivation

- La nécessité d'atteindre une population diversifiée ainsi que la nouvelle génération de réviseurs pour assurer la croissance et le développement de Réviseurs Canada.
- La nécessité de recruter et de conserver de nouveaux membres pour assurer la viabilité de Réviseurs Canada.
- Les antécédents de Réviseurs Canada dans les milieux de l'édition de livres ont nu à sa capacité de joindre la nouvelle génération de réviseurs dans divers secteurs et de se positionner à l'avant-plan des marchés émergents.

## Objectifs

- Accroître le nombre de membres en s'adressant aux réviseurs à diverses étapes de leurs carrières ainsi que dans de nouveaux secteurs diversifiés du marché.
- Accroître la reconnaissance de Réviseurs Canada et la valeur générale de la profession de réviseur.
- Conserver les membres en fournissant un maximum de ressources et de services pour les droits d'adhésion.
- Devenir l'association de référence pour les réviseurs et les gens qui retiennent leurs services.

## STRATÉGIE : CRÉER DE LA NOTORIÉTÉ

## **CHANGER LES PERCEPTIONS**

En se fondant sur les objectifs énoncés dans le plan stratégique, les faits saillants du plus récent sondage auprès des membres et les commentaires provenant des enquêtes menées auprès des parties intéressées externes, la phase de découverte a révélé que les plus grands obstacles que doit surmonter l'Association sont l'absence de notoriété et la perception générale de la profession de réviseur. Pour corriger cet état de fait, il faudra changer les perceptions tant au sein de l'Association qu'auprès des parties intéressées.

## **APERÇU**

Pour atteindre ses objectifs, l'Association doit appuyer et favoriser le perfectionnement des réviseurs et orienter le dialogue sur les normes en matière de révision et d'excellence au Canada sur toutes les plateformes de communication.

Les perceptions n'évolueront pas si nous ne sensibilisons et n'informons pas les particuliers et les organisations au pays afin qu'ils reconnaissent qu'une révision professionnelle est un élément incontournable d'une communication ciblée efficace. Si nous ne répondons pas aux besoins actuels des clients en matière de compétences et d'excellence, notre raison d'être disparaîtra et nous n'atteindrons pas nos objectifs.

Ces objectifs sont ambitieux. Nous devons compter sur la participation d'une communauté concertée pour promouvoir notre point de vue, soutenir nos initiatives et adopter la nouvelle perception. Ce n'est qu'en mobilisant ce soutien, en faisant preuve de leadership et en multipliant nos efforts de sensibilisation que nous pourrions améliorer la réputation de l'Association et favoriser l'excellence en révision au Canada.

Nous vous invitons à nous aider à faire évoluer les perceptions, car à titre de membres de l'Association, vous êtes les meilleurs ambassadeurs de Réviseurs Canada et de la profession de réviseur.

---

# PLATEFORME DE MARQUE : VUE D'ENSEMBLE

Les messages de la plateforme de marque contiennent les idées fondamentales qui renforcent la raison d'être et les objectifs de l'Association. Ces points de discussion essentiels constituent les piliers de la marque. Il s'agit d'un outil qui aide à la construction de messages uniformes. Ces messages ne doivent pas demeurer statiques, mais doivent plutôt refléter, soutenir et évoluer avec les buts de l'Association.

## MISSION

Notre mission est d'élaborer et de promouvoir des normes éditoriales professionnelles, de sensibiliser à l'importance de la révision, et de fournir des produits et services aux réviseurs pendant toute leur carrière.

PROMOUVOIR • SOUTENIR • SENSIBILISER • INFORMER

## POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

Réviseurs Canada est une association mutuelle dont la raison d'être est de soutenir et de promouvoir les intérêts des réviseurs et l'excellence en révision.

PROMOUVOIR L'EXCELLENCE EN RÉVISION (AU CANADA)  
ADVANCING EDITING EXCELLENCE IN CANADA

## ÉNONCÉ DE POSITIONNEMENT

- Détaillé** Réviseurs Canada est une association pancanadienne qui a pour mandat de promouvoir les réviseurs et la profession de réviseur. Habilités par la force et la valeur de notre communauté de membres, nous sommes un carrefour de réseautage, de discussion des meilleures pratiques et de partage de possibilités de travail, de renseignements et de ressources entourant la profession de réviseur.
- Court** L'ASSOCIATION NATIONALE DES RÉVISEURS DU CANADA  
CANADA'S NATIONAL EDITORIAL ASSOCIATION

# PLATEFORME DE MARQUE : VUE D'ENSEMBLE

## OBJECTIFS ET DIFFUSION

**PROMOUVOIR** en augmentant la reconnaissance et le respect de la profession grâce au leadership et à la sensibilisation.

**SOUTENIR** en renforçant notre communauté de réviseurs, ainsi qu'en développant et en préconisant de meilleures pratiques.

**SENSIBILISER** en établissant des normes professionnelles de révision et en proposant des ressources et une formation de qualité supérieure à l'intention des réviseurs.

**INFORMER** en sensibilisant à la valeur et à l'importance de la révision et des services de révision en tant qu'élément indissociable de l'efficacité des communications.

## PROPOSITION DE VALEUR

Réviseurs Canada soutient et préconise le perfectionnement des réviseurs à titre individuel.

L'Association sensibilise, informe et met en valeur l'importance de l'excellence en matière de révision en rappelant la valeur de la profession à une époque d'évolution technologique rapide.

- Perfectionnement
- Réseautage
- Possibilités d'emploi
- Accès à l'information et aux ressources
- Soutien des entreprises et des organismes, pour les aider avec leurs besoins en matière de communication sur diverses plateformes
- Collaboration, assistance et direction
- Regroupement pancanadien de réviseurs formant une communauté d'intérêts
- Défense des intérêts et sensibilisation

## OBJECTIFS GÉNÉRAUX DES MESSAGES

- Promouvoir le dialogue et les liens entre les réviseurs et les milieux d'affaires, renforcer la nécessité des services de révision.
- Promouvoir la compréhension de l'effet des nouvelles technologies sur la profession de réviseur.
- Fidéliser les membres en fournissant un maximum de ressources et de services que l'on obtient en tant que membre.
- Collecter et partager des histoires qui mettent en valeur :
  - la collaboration entre le client et le réviseur;
  - les nouvelles technologies/plateformes de communication;
  - les prix/projets de grande notoriété;
  - la reconnaissance du mentorat, de l'assistance, de la collaboration, etc., entre les membres.

---

# PLATEFORME DE MARQUE : COMMUNIQUER LES PILIERS DE LA MARQUE

Conçus pour vous aider à préparer vos messages, les points de discussion ne constituent pas les mots exacts à utiliser (surtout lors d'une conversation), mais renferment plutôt les idées essentielles à communiquer.

Augmentez la visibilité du rôle de l'Association. Démontrez comment Réviseurs Canada met les gens en rapport les uns avec les autres (réviseurs et marchés) partout au pays et donne suite à son engagement de promouvoir l'excellence en révision au Canada.

Chaque conversation doit s'articuler autour des piliers de marque (points de discussion) suivants, identifiés par le Plan stratégique actuel et le sondage auprès des membres :

## MARCHÉS/EMPLOIS

- Sensibiliser à la valeur et à l'importance de la révision et des services de révision.
- Renseigner les réviseurs sur les conditions du marché et les possibilités de travail.

## COMMUNAUTÉ ET RÉSEAU

- Bâtir et soutenir la communauté professionnelle de réviseurs au Canada.
- Promouvoir, soutenir et améliorer activement la réputation de la profession et des professionnels, en permettant aux membres de mobiliser la valeur de l'Association et de profiter d'occasions de réseautage afin de pouvoir réaliser leur plein potentiel.

## MEILLEURES PRATIQUES

- Renforcer l'excellence professionnelle grâce à un savoir-faire, au leadership et à la formation.
- Promouvoir l'excellence dans la profession.

## NOUVELLES INITIATIVES/ENGAGEMENT DES MEMBRES

Les messages de la plateforme de marque ne doivent pas être statiques mais doivent plutôt refléter et soutenir les objectifs de l'Association et évoluer avec ceux-ci. En préconisant un processus de collaboration, l'Association évoluera et développera de nouvelles initiatives qui répondront aux besoins futurs lorsque ceux-ci se manifesteront. Il est essentiel de reconnaître que le potentiel de l'Association sera à la hauteur de l'engagement et de la passion de ses membres et de ses bénévoles, car ces derniers sont les ambassadeurs les plus importants de la marque.

---

# PLATEFORME DE MARQUE : MESSAGES SUR LES MARCHÉS/EMPLOIS

## OBJECTIFS

- Sensibiliser à l'existence des services de révision
- Promouvoir la valeur que les réviseurs ajoutent à tous les organismes/projets
- Mettre les réviseurs en contact avec les possibilités de travail
- Fournir un accès en ligne aux réviseurs où qu'ils se trouvent au pays
- Sensibiliser les réviseurs aux marchés
- Créer de nouvelles alliances stratégiques avec les donneurs d'ouvrage

## Exemples de messages de soutien

Réviseurs Canada propose aux personnes et aux organismes qui cherchent à démêler leurs communications un vaste réservoir de réviseurs, dont un qui répondra aux exigences particulières de la tâche, peu importe l'industrie ou le secteur.

L'accès aux réviseurs est simplifié : nous facilitons les connexions entre nos membres et les employeurs potentiels par des babillards électroniques d'offres d'emploi faciles à utiliser et des possibilités de réseautage.

Il y a un réviseur qui a les compétences nécessaires pour chaque organisme et besoin de communication. Nous aidons à mettre en contact les réviseurs et les organismes, à faciliter les relations solides et les bonnes adéquations.

Chez Réviseurs Canada, nous concentrons sur les réviseurs et l'excellence en révision dans les deux langues officielles partout au pays.

Notre congrès annuel permet aux membres de se renseigner sur les nouvelles tendances, l'évolution des marchés et les changements dans les industries.

Réviseurs Canada facilite les connexions. Nos services en ligne créent des liens entre les gens, les entreprises et l'information dans les deux langues officielles partout au pays.

Engagée en faveur de l'excellence en révision au Canada, l'Association commandite des prix et des bourses pour reconnaître le talent et le dévouement en matière de révision.

Réviseurs Canada propose aux organismes et particuliers qui ont besoin de services de révision ou de réviseurs des occasions de réseautage pour faciliter les connexions entre les membres et les employeurs.



# PLATEFORME DE MARQUE : MESSAGES SUR LES MARCHÉS/EMPLOIS (suite)

## OBJECTIFS

- Sensibiliser à l'existence des services de révision
- Promouvoir la valeur que les réviseurs ajoutent à tous les organismes/projets
- Mettre les réviseurs en contact avec les possibilités de travail
- Fournir un accès en ligne aux réviseurs où qu'ils se trouvent au pays
- Sensibiliser les réviseurs aux marchés
- Créer de nouvelles alliances stratégiques avec les donneurs d'ouvrage

## Exemples d'arguments

- Accès à un réseau de 1 500 réviseurs professionnels.
- Accès aux attentes des réviseurs et aux tarifs standards de révision.
- Accès à un organisme pancanadien de réviseurs francophones et anglophones.
- Mise en rapport des réviseurs avec les personnes et organismes qui ont besoin de leurs services.
- Service complet pour trouver des compétences de révision pour répondre à vos besoins.
- Accès aux réviseurs qui ont une connaissance des particularités linguistiques du Canada.
- Commandite de prix et de bourses pour reconnaître le talent et le dévouement en révision.
- Accès aux ressources linguistiques particulières au Canada.
- Association pancanadienne qui crée et maintient des normes nationales.
- Les réviseurs assurent la clarté, l'uniformité et l'exactitude des communications.
- Les réviseurs améliorent les communications et enlèvent le jargon sectoriel.
- Les réviseurs simplifient le vocabulaire obscur ou bureaucratique et le jargon technique.
- La révision professionnelle est un élément clé de toute stratégie de communication à succès.
- Les réviseurs structurent vos documents logiquement et uniformisent le style et la langue.
- L'Association concentre uniquement sur les réviseurs et l'excellence en révision au Canada.
- L'Association propose des conditions/occasions pour prendre contact avec des employeurs potentiels.
- Les membres ont un accès en ligne aux marchés d'emploi et aux possibilités de contrats.
- Accès à l'information sur les normes et pratiques sectorielles.
- Ressources et séances d'information sur les nouveaux développements et les nouvelles tendances de l'industrie.
- La seule association pancanadienne consacrée aux réviseurs et à la révision.
- Une association pancanadienne qui facilite l'accès à un marché bilingue.
- L'adhésion à Réviseurs Canada ajoute à votre crédibilité sur le marché.
- Accès aux normes nationales et aux particularités linguistiques.
- Explication des effets des nouvelles technologies sur la profession de réviseurs.
- Outils exclusifs de recherche de contrats avec le répertoire en ligne de réviseurs, le babillard électronique des offres d'emploi et des services de dépannage locaux.

# PLATEFORME DE MARQUE : MESSAGES SUR LA COMMUNAUTÉ ET LE RÉSEAUTAGE

## OBJECTIFS

- Un carrefour pour les réviseurs
- Un endroit où partager des idées et des points de repère
- Du réseautage dans des conférences, des ateliers et des événements sociaux
- Des relations au niveau national, régional et local

## Exemples de messages de soutien

Réviseurs Canada, avec des sections dans tout le Canada, fournit à ses membres des occasions d'entrer en contact avec d'autres réviseurs et de partager leurs histoires et expériences.

Grâce à ses sections régionales et locales, Réviseurs Canada constitue un lieu de rencontre en ligne et en personne où les membres peuvent échanger, discuter, se soutenir et collaborer.

Réviseurs Canada est une communauté nationale de réviseurs qui soutient ses membres et les aide à prendre contact et à partager leurs connaissances professionnelles et des occasions.

Réviseurs Canada propose des possibilités de mentorat aux passionnés de la révision qui désirent partager leurs connaissances et leur savoir-faire avec la prochaine génération de réviseurs.

## Exemples d'arguments

- Les membres forment une communauté.
- C'est un réseau qui permet l'échange d'information et de connaissances par l'entremise de cours, de séances de formation et de forums.
- Les membres se soutiennent et s'entraident, du renvoi de clients à la discussion de problèmes de grammaire — c'est une ressource précieuse à toutes les étapes de sa carrière.
- Nous encourageons les réviseurs à apprendre les uns des autres en demeurant connectés.
- Soutien sous forme de programmes, d'ateliers, de séminaires et d'un congrès national.
- L'adhésion donne des possibilités d'échanger son savoir-faire et ses connaissances.
- Caisse de résonance pratique auprès d'une communauté de réviseurs.
- Réseautage avec ses pairs lors de programmes, d'événements et en ligne.
- Rabais aux conférences et séminaires des organismes affiliés.
- Amélioration des compétences par la sensibilisation et la formation.
- Accès à des possibilités de collaboration.
- Réseautage avec d'autres professionnels et développement de ses compétences pour un emploi.
- Occasions exceptionnelles de perfectionnement et de réseautage en faisant du bénévolat (faire partie du conseil, recevoir une mention d'auteur pour un ouvrage de référence de l'Association — certains servent dans des cours universitaires au Canada — apprendre à diriger une conférence, obtenir une mention dans une publication d'une association ou organisme partenaire, etc.).

---

# PLATEFORME DE MARQUE : MESSAGES SUR LES MEILLEURES PRATIQUES

## OBJECTIFS

- Définir les normes de la profession de réviseur
- Soutenir/promouvoir les réviseurs à toutes les étapes de leur carrière
- Assurer un savoir-faire, du leadership et de la sensibilisation
- Défendre les intérêts des réviseurs et de la profession

## Exemples de messages de soutien

Réviseurs Canada offre de la formation et des ressources pour aider les réviseurs à réaliser leur plein potentiel à toutes les étapes de leur carrière. Nous sommes la seule association nationale consacrée uniquement aux réviseurs et à la profession de réviseur.

Réviseurs Canada, avec de nombreuses sections locales au Canada, propose des séminaires éducatifs, des services d'orientation et des ressources à des individus qui désirent se renseigner sur la profession de réviseur.

Réviseurs Canada, une association nationale engagée en faveur de ses membres et de l'industrie, dessert les réviseurs francophones et anglophones, fournit des ressources linguistiques propres au Canada, et fait la promotion des meilleures pratiques auprès des réviseurs et de la profession.

En tant qu'association nationale du Canada, nous maintenons et élaborons des normes professionnelles et des lignes directrices. Réviseurs Canada est une ressource sectorielle pour le perfectionnement des réviseurs, les meilleures pratiques et la défense des intérêts.

Les séminaires et programmes de perfectionnement de Réviseurs Canada définissent les compétences en matière de révision, les normes professionnelles et les lignes directrices pour l'excellence en révision.

Réviseurs Canada investit dans des programmes de certification et d'agrément, soutient ses membres et défend leurs intérêts et l'excellence en révision au Canada.

Réviseurs Canada tient à l'excellence de la révision au Canada, fait la promotion du travail de ses membres et commandite des prix et des bourses pour reconnaître le talent et le dévouement en matière de révision.

Les ressources que Réviseurs Canada propose à ses membres et, par conséquent à leurs clients, assurent la qualité élevée du travail que seule une association de professionnels peut fournir.

---

# PLATEFORME DE MARQUE : MESSAGES SUR LES MEILLEURES PRATIQUES (suite)

## OBJECTIFS

- Définir les normes de la profession de réviseur
- Soutenir/promouvoir les réviseurs à toutes les étapes de leur carrière
- Assurer un savoir-faire, du leadership et de la sensibilisation
- Défendre les intérêts des réviseurs et de la profession

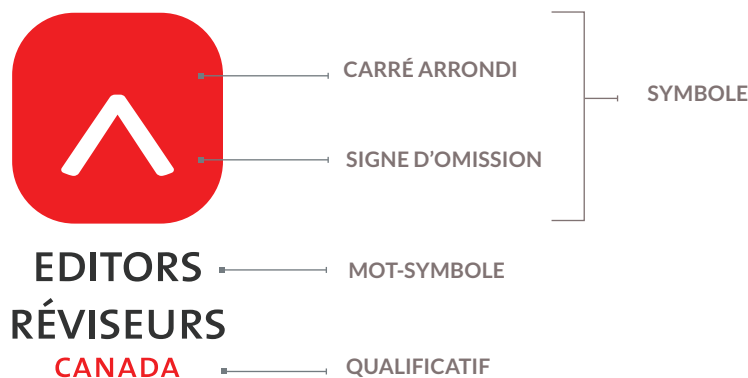
## Exemples d'arguments

- Fournir des occasions de perfectionnement par l'entremise de séminaires, de programmes, d'un congrès national annuel et de publications.
- Programmes de certification et d'accréditation.
- Fournir aux membres un accès aux ressources et à l'information sur la profession par l'entremise de publications, de bulletins, de séminaires et de programmes.
- Assurer la sensibilisation et la formation pour aider les réviseurs à toutes les étapes de leur carrière.
- Des séminaires et cours fournissent des possibilités permanentes de développement de carrière et de perfectionnement.
- Faire la promotion du travail de nos membres pour faire avancer et soutenir l'excellence en révision au Canada.
- Les membres bénéficient d'une réduction des droits d'inscription aux séminaires, au congrès et aux examens d'agrément de l'Association, des rabais aux événements des associations partenaires et de nombreux rabais négociés chez des fournisseurs tels que Staples, OfficeMax Grand & Toy, PerfectIt, Usito et JPASS.
- Des ressources pratiques sur les compétences de base en révision essentielles à l'exercice de la profession.
- Améliorer les compétences par la sensibilisation et la formation.
- Améliorer sa réputation professionnelle.
- Fournir un forum pour discuter des valeurs, des normes et des pratiques.
- Fournir des prix et des bourses pour reconnaître le talent et le dévouement en révision.
- Des ressources linguistiques particulières au Canada.
- Créer et maintenir des normes nationales.
- L'adhésion donne accès à des possibilités de formation et de réseautage.
- Assistance gratuite en cas de médiation lors de griefs ou de disputes contractuelles au sujet de la révision.
- Accès à des assurances responsabilité commerciale et erreurs et omissions peu coûteuses.
- Accès à des régimes abordables d'assurances santé, dentaire, vie, invalidité et contre les maladies graves.
- Assistance avec la planification de la retraite et les investissements.

# PLATEFORME DE MARQUE : LOGO

## Éléments du logo

Les exigences les plus rigoureuses énoncées dans les normes graphiques s'appliquent au logo, qui se compose de trois éléments (le symbole, le mot-symbole et le qualificatif). Ces éléments ne doivent pas être modifiés et doivent toujours être utilisés conformément aux normes indiquées.



## LA PSYCHOLOGIE DU ROUGE

Le rouge est énergisant. Il stimule les émotions et nous incite à agir.

Couleur ayant la plus longue longueur d'onde d'où il tire sa puissance, le rouge n'est pas la couleur la plus visible, mais il paraît plus près qu'il ne l'est en réalité et attire donc l'attention en premier. Il est stimulant, vivant et très abordable.

Le rouge symbolise un esprit explorateur ainsi que le leadership, l'ambition et la détermination. C'est une couleur forte qui inspire confiance aux personnes gênées ou qui manquent de volonté.

L'ajout d'une forme graphique confère immédiatement une apparence plus actuelle à l'identité.

Le symbole peut être interprété de bien des façons : le carré arrondi rappelle la forme d'une touche de clavier d'ordinateur, reflet des technologies modernes. Le signe d'omission, qui indique où insérer une ponctuation, un mot ou une expression, caractérise le travail des réviseurs. Il évoque notre stratégie sous-jacente — le besoin d'ajouter des réviseurs au processus pour avoir des communications efficaces à l'ère informatique. Il peut également être interprété comme un mouvement vers le haut qui est un autre objectif recherché.

L'emploi assuré de la couleur et de la typographie est dynamique et contemporain. La couleur rouge a été choisie pour établir un lien direct avec notre pays, l'Association étant un organisme pancanadien, ainsi que pour ses qualités psychologiques (voir ci-contre). C'est une couleur puissante qui attire l'attention et dénote des qualités de leadership.

## Le nom Réviseurs Canada

Réviseurs Canada favorise la reconnaissance et s'aligne avec les adresses Internet en usage. Sa simplicité irréfutable ne laisse aucun doute qu'il s'agit de l'association pancanadienne par excellence en matière de révision. Remarque : le nom légal de l'association ne change pas. Il demeure Editors' Association of Canada/Association canadienne des réviseurs.

# PLATEFORME DE MARQUE : PRÉSENTATION DU LOGO

Le symbole, le mot-symbole et le qualificatif sont disposés selon des proportions fixes. Toutes les versions du logo pour chaque section et ramification ainsi que pour la Permanence nationale ont le même traitement afin d'assurer une apparence uniforme et de refléter qu'il s'agit d'une communauté étroitement reliée et intégrée.

Au lieu d'établir des relations hiérarchiques, les identités reflètent une entité qui se concerte.

Le qualificatif est un outil d'identification des groupes locaux et régionaux, tandis que la marque Editors Canada | Réviseurs Canada est l'identité officielle de l'Association.

## BILINGUE



**EDITORS  
RÉVISEURS**  
CANADA

## BILINGUE SECTIONS/RAMIFICATIONS



**EDITORS  
RÉVISEURS**  
NATIONAL CAPITAL REGION  
RÉGION DE LA CAPITALE NATIONALE

## UNILINGUE SECTION/RAMIFICATIONS



**EDITORS**  
TORONTO

## UNILINGUE



**EDITORS**  
CANADA



**RÉVISEURS  
EDITORS**  
QUÉBEC-ATLANTIQUE  
QUEBEC/ATLANTIC CANADA



**EDITORS**  
BRITISH COLUMBIA



**RÉVISEURS**  
CANADA



**EDITORS**  
NEWFOUNDLAND & LABRADOR

# PLATEFORME DE MARQUE : PALETTE DE COULEURS

## Palette de couleurs

Il y a onze couleurs dans la palette de base. Elles ont été choisies pour assurer l'uniformité tout en fournissant une variation suffisante pour convenir à la plupart des illustrations et à une variété d'utilisations.

Les deux couleurs principales sont le rouge vif et le gris anthracite. La palette secondaire introduit des tons complémentaires vifs, soit deux teintes de rouge, du jaune, deux teintes de bleu et une gamme de gris sobres.

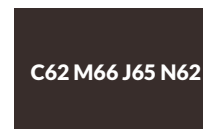
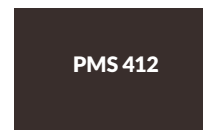
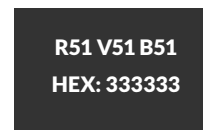
On peut utiliser des dégradés de tous les tons si l'on désire des variations additionnelles de couleurs.

REMARQUE : Les couleurs principales doivent toujours demeurer prédominantes.

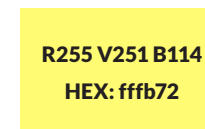
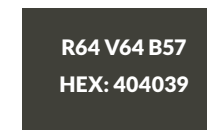
Un des principaux objectifs de la nouvelle marque est d'être dynamique et d'intéresser des réviseurs à toutes les étapes de leurs carrières et dans différents marchés, ce qui a guidé notre choix de couleurs vives assurées.

Comme nous ciblons un public extérieur au-delà de notre communauté de réviseurs, il est essentiel que ce nouveau public s'arrête et prenne conscience de Réviseurs Canada. Retenir l'attention est la première étape de notre objectif principal : communiquer le besoin et l'importance de la révision dans l'univers numérique contemporain.

### PALETTE PRINCIPALE



### PALETTE SECONDAIRE



# PLATEFORME DE MARQUE : TYPOGRAPHIE



**EDITORS**  
**RÉVISEURS**  
CANADA

## Typographie

Tous les éléments et le corps de texte d'un document sont composés avec la police Lato, que l'on peut utiliser en diverses épaisseurs ainsi qu'en italiques.

(La police Lato est une police Google que l'on peut télécharger gratuitement.)

L'emploi d'une police dans toutes les communications de l'Association permet de mettre l'accent sur le message.

### POLICE DU LOGO (UTILISÉE DANS LE MOT-SYMBOLE ET LE QUALIFICATIF)

#### THE SANS CAPS

PAR LUCAS DE GROOT (FAMILLE THESIS, 1994)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

### POLICES PRINCIPALES (UTILISÉES POUR LE CORPS DE TEXTE)

#### FAMILLE LATO

PAR ŁUKASZ DZIEDZIC (POLICES LIBRES PUBLIÉES PAR GOOGLE FONTS, 2010)

#### LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

#### REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

#### BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

#### BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



# PLATEFORME DE MARQUE : VOIX DES TEXTES

## Voix

Une voix puissante assure une uniformité entre les plateformes de communication, mais ce qui est plus important, elle sert à retenir l'attention des lecteurs et à établir une relation avec eux. Tout comme on s'adresse à différentes personnes de différentes façons tout en demeurant la même personne, les marques doivent s'exprimer dans différents registres. Un même ton de voix convient rarement à toutes les situations.

Le ton de voix des communications de l'Association peut varier selon la situation, mais la voix demeure fidèle et reflète les valeurs de base de Réviseurs Canada.

L'emploi du ton approprié est un aspect important de la communication d'un message afin d'obtenir le résultat désiré. Le ton peut varier des façons suivantes :

- **Modalité.** Le recours à un style léger et enlevé ou un style sérieux et détaillé pour les normes, par exemple, variera selon l'intérêt que l'on veut susciter chez le lecteur.
- **Médium.** Différents médias exigent différentes façon de s'adresser. L'exemple le plus évident actuellement se trouve du côté des médias sociaux, notamment « Twitter » qui, comme on le sait, exige un ton qui diffère de ceux des autres moyens de communication à cause de ses contraintes.
- **Public.** La marque doit viser différentes personnes. Ainsi, la promotion d'une séance d'information sur les meilleures pratiques à l'intention des employeurs exige un ton différent d'une invitation à un réunion informelle des réviseurs d'une ville.

L'objectif doit être d'exprimer le message de la meilleure façon possible en respectant les conventions de communication du public cible.

## LIGNES DIRECTRICES GÉNÉRALES

### Rappelez la raison d'être de l'Association.

Il ne faut pas supposer que votre public est au courant de votre association et de son champ d'activité. Clarté et concision sont de rigueur. Soyez précis quant aux problèmes qui existent pour le public que vous ciblez.

### Intéressez le lecteur.

La communication doit être formulée du point de vue du destinataire et non de l'émetteur.

### Concentrez sur les avantages.

On est motivé par des avantages : la motivation correspond aux solutions et aux résultats positifs que l'on obtient en embauchant un réviseur. Concentrez sur ce que vous faites et non sur comment vous le faites.

### La simplicité est une vertu.

Ne perdez pas de vue les piliers de la marque et ne mentionnez que les choses qui vous aident à faire passer votre message. Faites preuve de discipline dans ce qui doit être communiqué. Soyez simple et ne confondez pas vos lecteurs en fournissant trop d'information.

### Soyez cohérent.

La cohérence assure que les messages de l'Association sont racontées de la façon la plus efficace possible. Pour vous aider dans cette tâche, les prochaines pages proposent une vue d'ensemble des messages et une liste de points de discussion et d'arguments.

# PLATEFORME DE MARQUE : ILLUSTRATIONS

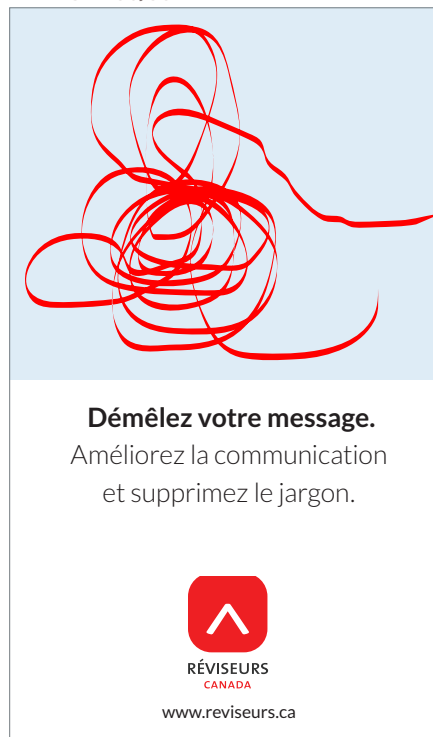
## Illustrations

Selon la configuration de la page et la plateforme, lorsque l'illustration est séparée du texte et renfermée dans un format rectangulaire, le rapport du texte à l'image doit être d'environ 50/50. Lorsqu'il s'agit d'une illustration flottante, le rapport du texte à image doit être 60/40 (texte/image). Il ne faut pas ajouter de bordures, de cadres, de formes ni de graphiques additionnels.

Toutes les illustrations peuvent être en couleurs, mais elles doivent toujours figurer sur un fond de couleur unie provenant de la palette de couleurs (la seule exception étant un fond blanc).

Des illustrations génériques ont été créées pour aider à communiquer les principaux éléments des piliers de la marque. On peut créer d'autres illustrations en fonction des besoins, mais leur style doit être conforme à ces illustrations afin de favoriser la notoriété de la marque. Les illustrations de couleurs vives mates doivent être simples, stylisées et iconiques. Elles doivent se rapporter aux titres et chatouiller la curiosité du public.

RAPPORT 50/50



Bordure servant uniquement à illustrer un cadre publicitaire.

ILLUSTRATION FLOTTANTE



ILLUSTRATION FERMÉE



# PLATEFORME DE MARQUE : TITRES

## Titres

Le fond des zones de texte est en blanc ou dans une des couleurs de la palette. Le texte est surtout en noir ou en blanc; une couleur de la palette peut servir à mettre en évidence.

Le titre doit être dans un style naturel de conversation, sans style pointilleux ni jargon professionnel. Le sous-titre ou l'amorce du texte descriptif peut prolonger le titre ou préciser sa portée. Le but du titre est de mettre en valeur l'objet ou l'événement à communiquer.

Les messages doivent être simples, immédiatement accessibles et présentés de façon accrocheuse, humoristique et accueillante. Ils doivent être conçus pour susciter de l'intérêt et inciter le lecteur à vouloir en savoir plus.

Voici quelques règles pratiques :

- Le titre doit se rapporter à l'illustration.
- Le titre doit trouver un écho auprès du public cible.
- Le recours à un registre familier doit se rapporter directement à l'événement ou au sujet .

Des études ont démontré qu'il y a un lien étroit entre la familiarité et la confiance. Comme il faut faire moins d'effort intellectuel lorsque quelque chose nous est familier, nous nous sentons plus à l'aise. Notre recommandation d'utiliser un style informel pour les titres va dans ce sens et permet de joindre un jeune public diversifié.

Cil y a des  
coqs îles dans  
veaux textes,  
est-ce là faute  
du correcteur  
ortho graphique.

La phrase ci-dessus contient six erreurs que la correction automatique n'a pas signalées.

**Un réviseur les aurait corrigées.**



RÉVISEURS  
CANADA

[www.reviseurs.ca](http://www.reviseurs.ca)



**Démêlez votre message.**

Améliorez la communication  
et supprimez le jargon.



RÉVISEURS  
CANADA

[www.reviseurs.ca](http://www.reviseurs.ca)

# PLATEFORME DE MARQUE : EXEMPLES

## Messages brefs

Révolution textuelle.

Une communication efficace dans un monde multi-plateforme.

Textual revolution.

Effective communication in a cross-platform world.

140 caractères. Chaque lettre compte.

140 characters. Every word counts.

Démêlez votre message.

Untangle your communication.

Partout au pays, un réseau de réviseurs qui s'épaulent.

We've got you covered. Country wide network of editors.

