

Une invitation à tout ce que les bibliothèques ont à offrir.

LIGNES DIRECTRICES GRAPHIQUES CONCERNANT L'UTILISATION DU NOUVEAU
SLOGAN MARKETING POUR : FBPO (Fédération des bibliothèques publiques
de l'Ontario), SBSO (Service des bibliothèques du sud de l'Ontario), SBO-
Nord (Services des bibliothèques du Nord de l'Ontario) et l'ABO (Association
des bibliothèques de l'Ontario)

INTRODUCTION

Dans le cadre d'une initiative marketing de trois ans, la FBPO, SBSO, SBO-Nord et l'ABO ont élaboré des plans visant à accroître leur pertinence et leurs échanges avec le marché cible des 18 à 40 ans de l'Ontario (usagers et non-usagers du réseau des bibliothèques). Les recherches montrent que cette clientèle a des perceptions dénuées de tout ce que les bibliothèques publiques ont à offrir et est plus encline à compter sur Internet pour ses besoins d'information.

Le renforcement de l'engagement avec ce groupe comprendra de nombreux outils de communication. La communauté des bibliothèques a spécifiquement demandé un slogan pour l'aider dans cet effort et c'est donc le premier outil que nous sommes heureux de vous présenter.

Un slogan pour les bibliothèques de l'Ontario :

Notre objectif est d'atteindre les personnes entre 18 et 40 ans qui ont une notion dépassée de ce que nous offrons sur le plan des programmes. Nous voulons qu'elles repensent ces perceptions et participent à tout ce que nous avons à leur offrir.



**Une visite :
ça fait
réfléchir.**

Ce slogan est le fruit de recherches auprès de cet auditoire, et il a par la suite été testé auprès de ce même segment démographique. Il a marqué des points en termes de sympathie et de curiosité.

Cette nouvelle ligne peut aider vos efforts de marketing en ajoutant un « appel à l'action » clair pour tous les programmes de marketing dont vous faites la promotion ou positionnements de la marque que vous créez.

Votre adoption de ce slogan est importante pour nous tous. La plupart des recherches montrent que les gens ont besoin de voir un message plus de huit fois avant qu'il s'imprime dans leur mémoire. Dans la société très mobile d'aujourd'hui, plus nous utilisons le slogan, plus nous nous aidons notre cause et nous-mêmes. Imaginez ce slogan unissant toutes les bibliothèques publiques dans un objectif commun.

LIGNES DIRECTRICES GRAPHIQUES

Dans ce document, nous vous présentons quelques directives simples concernant le graphisme. Nous voulons faciliter l'utilisation de cet atout marketing pour tout le monde. Il existe deux formats et guides :

1. Un traitement « officiel » de la police qui apparaîtra sur tous les efforts de marketing de la FBPO, SBSO, SBO-Nord et de l'ABO.
2. Un traitement de police « générique » s'il y a des risques de conflit entre la conception et vos propres normes graphiques.

Un slogan qui fait réfléchir.

La beauté de cet atout marketing est qu'il peut être utilisé comme un titre, thème ou même sur un t-shirt amusant... et nous vous encourageons à être créatifs et à lui trouver de nombreux usages. Notre réseau de bibliothèques de l'Ontario touche nos collectivités à bien des égards. Nous avons un réseau de communication qui a pignon sur rue et qui ferait l'envie de nombreuses marques commerciales. Nous allons utiliser ce réseau et notre nouveau slogan pour inciter la population à nous rendre visite!

**Une visite :
ça fait
réfléchir.**

UTILISATION DU SLOGAN

C'est le traitement « officiel » de la police qui apparaîtra sur tous les efforts de marketing de la FBPO, de SBSO, SBO-Nord et de l'ABO. Nous vous encourageons à l'utiliser aussi.

Il y a trois options d'affichage disponibles :

**Une visite :
ça fait
réfléchir.**

1. Orientation verticale

(facultatif : couleur de votre choix afin de coordonner les efforts de marketing)



2. Délimité sur un fond circulaire background

(facultatif : couleur de votre choix afin de coordonner les efforts de marketing)

Une visite : ça fait réfléchir.

3. Orientation horizontale

(facultatif : couleur de votre choix afin de coordonner les efforts de marketing)

UTILISATION DU SLOGAN

Si le format officiel du slogan ne fonctionne pas pour l'utilisation que vous pensez en faire, vous pouvez utiliser un slogan créé en utilisant Avenir ou une police sans empattement similaire.

Assurez-vous de suivre les directives concernant la police ci-dessous et utilisez une police similaire si vous n'avez pas Avenir.

c.-à-d. Arial, Proxima Nova, Myriad

Une visite : ça fait réfléchir. ✓



Taille de 2 points de plus et texte en gras
Un point à la fin de la phrase

Les mots « visite » et « réfléchir » sont plus gros et affichés en gras et sont légèrement plus gros que « Une » et « ç_a fait » du slogan.

NE PAS modifier le format du slogan.

c.-à-d. les mots sans majuscule, changer la ponctuation, tout en majuscules, utiliser un empattement ou des caractères de fantaisie.

Une Visite : Ça Fait Réfléchir ✗

UNE VISITE : ÇA FAIT RÉFLÉCHIR ✗

Une **Visite** : Ça Fait **Réfléchir!** ✗

Une Visite : Ça Fait Réfléchir. ✗

Une Visite : Ça Fait Réfléchir. ✗

UTILISATION DU SLOGAN

N'hésitez pas à :

changer la couleur du slogan pour qu'elle s'harmonise avec l'image de marque de votre bibliothèque.

utiliser le slogan sur le matériel promotionnel de votre bibliothèque.

ajouter le slogan à votre site Web ou à des affiches que vous pouvez créer.



Une visite : ça fait réfléchir.

