

**LIGNES DIRECTRICES
RELATIVES À LA CAMPAGNE
#JamaisIndifférents**



Centraide

Ce guide propose des lignes directrices simples mais complètes sur la façon de lancer la campagne #JamaisIndifférents au sein de votre marché local et comment en assurer la mise en œuvre dans le cadre de vos campagnes en milieu de travail.

Ces lignes directrices permettront d'assurer une meilleure cohésion entre les éléments #JamaisIndifférents et Agir ici, avec cœur dans les marchés locaux, de même que l'uniformité des messages et des contenus créatifs dans l'ensemble des campagnes locales.

CADRE NARRATIF	02
APPROBATIONS	07
LOGOS	09
COULEUR	14
TYPOGRAPHIE	16
PHOTOGRAPHIES	21
ILLUSTRATIONS	23
APPLICATIONS	26
AGIR ICI, AVEC CŒUR	30
EXEMPLES D'ACTIVATION DE LA CAMPAGNE	40

CADRE NARRATIF

CADRE NARRATIF

Les enjeux sociaux sont trop souvent ignorés dans nos communautés. Que ce soit au niveau de l'insécurité alimentaire, du logement, de l'itinérance, du décrochage scolaire ou de l'exclusion sociale, nous nous devons de lever le voile sur ces enjeux qui, autrement, n'attireront l'attention que d'une trop petite part de la population. Or, c'est l'ensemble d'une communauté qui doit se mobiliser pour pouvoir trouver des solutions durables. Ultimement, nous souhaiterions que tous les citoyens agissent ici, avec cœur, mais nous devons tout d'abord attirer leur attention.

Pour ce faire, Centraide a développé un partenariat avec le Pantone® Color Institute pour créer #JamaisIndifférents – une couleur conçue spécialement pour mettre en lumière les enjeux locaux et attirer l'attention sur les milliers de personnes qui en subissent les conséquences. Cette couleur sort de l'ordinaire, attire l'attention des gens et incite à l'action. C'est une invitation à agir pour changer les choses et qui repose sur la fierté que nous avons de vivre dans des villes et des communautés que nous aimons, entouré des gens qui nous sont chers. C'est une façon d'amener les enjeux locaux sur la place publique. De les rendre pertinents, concrets et surtout, de s'assurer que, face à eux, nous ne soyons #JamaisIndifférents.

Dans nos vies occupées, les enjeux locaux passent souvent inaperçus.

Or, on ne peut résoudre un problème lorsqu'on ignore qu'il existe.

Vous pouvez agir : Agissons ici, avec cœur, pour les régions, les villes et les quartiers que vous aimez et ensemble, ne soyons #JamaisIndifférents face aux enjeux locaux

MESSAGES CLÉS

On ne peut résoudre un problème lorsqu'on ignore qu'il existe – dans ce monde en pleine effervescence, il peut souvent arriver qu'on ignore d'importants enjeux sociaux qui touchent nos communautés ou qu'ils passent inaperçus. Centraide veut changer le cours des choses.

- Centraide s'est associé à Pantone® pour créer une nouvelle couleur appelée #JamaisIndifférents dans le but de sensibiliser les gens aux enjeux qui touchent les communautés.
- Notre objectif est de faire en sorte que la couleur #JamaisIndifférents sensibilise les Québécoises et Québécois aux enjeux qui touchent leurs propres milieux afin qu'ils puissent agir ici, avec cœur pour les résoudre.

Nous mettons en lumière des enjeux tels que la pauvreté, le décrochage scolaire, l'itinérance, l'insécurité alimentaire et l'exclusion sociale – tous des enjeux complexes qui touchent nos communautés.

- Ces enjeux se vivent souvent sur plusieurs années, ce qui les rend difficiles à voir et trop souvent faciles à ignorer.
- Les enjeux face auxquels nous ne devrions être #JamaisIndifférents minent nos communautés en empêchant trop de gens de s'épanouir en raison de situations qui échappent à leur contrôle. S'ils ne sont pas considérés, ces enjeux

menacent la qualité de vie que nous chérissons toutes et tous.

- Nous savons qu'en agissant de concert, nous pouvons contribuer à résoudre ces problèmes importants – c'est pourquoi nous mettons en lumière ces réalités avec la campagne #JamaisIndifférents.

Ces problèmes ne sont pas l'affaire des autres; ils nous concernent toutes et tous en tant que membres de nos communautés. Si vous êtes fiers de l'endroit où vous vivez, vous pouvez agir ici, avec cœur en prenant des mesures aujourd'hui pour trouver des solutions à ces enjeux.

- Il y a des gestes que l'on peut poser lorsqu'on a vu la couleur #JamaisIndifférents et que l'on connaît les enjeux qui touchent les communautés partout au Québec.
- Centraide vous invite à agir ici, avec cœur en vous informant sur ces enjeux, en communiquant avec un organisme communautaire et en vous impliquant par notre entremise.
- Impliquez-vous auprès du Centraide de votre région et partagez le mot-clic #JamaisIndifférents.

Conseil : Consulter la campagne #JamaisIndifférents Messages clés et Foire aux questions

UTILISATION DU MOT-CLIC #JamaisIndifférents

Quand utiliser le mot-clic #JamaisIndifférents :

Utilisez le mot-clic #JamaisIndifférents lorsque vous parlez des enjeux qui touchent votre communauté; c'est face à ces enjeux que nous ne voulons être #JamaisIndifférents.

EXEMPLES:

Face aux enjeux locaux, ne soyons
#JamaisIndifférents
Face à l'insécurité alimentaire, ne soyons
#JamaisIndifférents

Quand ne pas utiliser le mot-clic #JamaisIndifférents :

On doit s'abstenir d'utiliser le mot-clic #JamaisIndifférents lorsqu'on ne fait pas référence à un enjeu local ou pour appuyer d'autres initiatives locales qui ne sont pas liées à la campagne #JamaisIndifférents.

EXEMPLES:

Je ne suis #JamaisIndifférent.
#JamaisIndifférents au bien-être des gens

Lorsqu'on fait référence à la campagne #JamaisIndifférents, on doit toujours la désigner de la façon suivante :

PAR UN MOT-CLIC :

Peu importe où l'on fait référence à #JamaisIndifférents, on doit le représenter sous forme de mot-clic. Ce mot ne peut être utilisé sans s'accompagner du symbole de mot-clic (#).

STYLE :

#JamaisIndifférents doit toujours s'écrire en un seul mot avec un « J » majuscule et un « I » majuscule. Les lettres restantes doivent être minuscules. L'accent aigu doit être utilisé dans le mot « Indifférents ». Le mot-clic doit être au pluriel.

Voici d'autres façons de communiquer ou de mettre en relief le mot #JamaisIndifférents :

EN CARACTÈRES GRAS ET/OU EN COULEUR :

Pour attirer l'attention sur la plateforme, on peut représenter #JamaisIndifférents en caractères gras ou avec la couleur #JamaisIndifférents.

On ne doit jamais le mettre en *italique*.

À QUOI RÉFÈRE « ICI, AVEC CŒUR » ET QUE SIGNIFIE-T-IL POUR CENTRAIDE?

Ici, avec cœur est ce qui permet de résoudre les enjeux locaux face auxquels nous ne sommes #JamaisIndifférents.

Il s'agit d'un mouvement porteur de la volonté de s'attaquer à ces enjeux en faisant appel à l'amour et à la fierté que les gens ont pour leur communauté.

AVANTAGE DE LA MARQUE

L'entraide ici, avec cœur.

CAMPAGNE DE PUBLICITÉ/DE SENSIBILISATION

Faites-en sorte que face aux
enjeux locaux, nous ne soyons
#JamaisIndifférents

COULEUR

La couleur #JamaisIndifférents

MÉDIAS SOCIAUX

#JamaisIndifférents

APPEL À L'ACTION

[Faites du bénévolat]

[Donnez]

[Soyez des nôtres]

[Agissez]

[Abonnez-vous aujourd'hui]

MÉDIAS SOCIAUX

#Iciaveccœur

APPROBATIONS

APPROBATIONS

D'importantes ententes juridiques ont été conclues avec l'artiste, Malika Favre, et le Pantone® Colour Institute. Par conséquent, des restrictions considérables limitent la façon dont on peut utiliser les illustrations et le nom Pantone.

De plus, des démarches sont en cours pour faire déposer les marques de commerce #JamaisIndifférents et Ici, avec cœur.

Pour éviter tout manquement aux ententes établies, des approbations sont requises pour tous les documents liés à la campagne. Des précisions sur ce qui devra être approuvé et sur la façon de soumettre les documents aux fins d'approbation sont fournies ci-dessous. Pour toute question sur ce processus ou sur ce qui doit être envoyé aux fins d'approbation, écrire à l'adresse de courriel ci-dessous.

PROCESSUS :

Soumettre tous les documents par courriel à l'adresse **approvals@uwgt.org**.

Pour les vidéos, n'envoyer que des hyperliens. Les fichiers Zip ou les documents PDF excédant 10 Mo doivent être acheminés via WeTransfer à **wetransfer.com**.

- Le délai d'approbation ne dépasse pas 48 heures.
- Les approbations ou demandes de modification seront transmises par retour de courriel.

APPROBATION REQUISE :

- Tout matériel d'appui ou communication mentionnant le partenariat avec Pantone
- Publicité extérieure : panneaux d'affichage (numérique et traditionnel), publicités dans les abribus, publicités sauvages
- Message télévisé/sur vidéo (capsule ou ressource vidéo produite, mais non fournie par TAXI ou CUWC, ou ressource existante à laquelle des modifications ont été apportées)
- Message imprimé : journaux, magazines (seulement en cas d'altération de la composition d'une publicité existante; la mise à l'échelle n'est pas considérée comme une altération)
- Message diffusé à la radio (produit ou lu par un annonceur, qui n'est PAS le message produit et fourni par TAXI)
- Outil marketing (tout matériel où figurent la couleur ou les illustrations liées à la campagne, y compris les lettres de publipostage, etc.)
- Ressource numérique : publicité numérique qui diffère de celle qui a été produite

LOGOS

UTILISATION DU LOGO

CUWC accorde une permission spéciale pour l'utilisation du logo #JamaisIndifférents qui se limite aux communications et aux documents relatifs à la campagne #JamaisIndifférents.

Pour les besoins des campagnes en milieu de travail et d'autres outils marketing sans lien avec la campagne, les Centraide sont tenus d'utiliser des identifiants locaux conformément aux Lignes directrices sur l'identité de la marque.

CONSEIL : Consulter les Lignes directrices sur l'identité de la marque.

FORMAT DU LOGO
#JamaisIndifférents



Centraide

VERSION RÉGIONALE
HORIZONTAL NOIR ET BLANC



Centraide
Outaouais

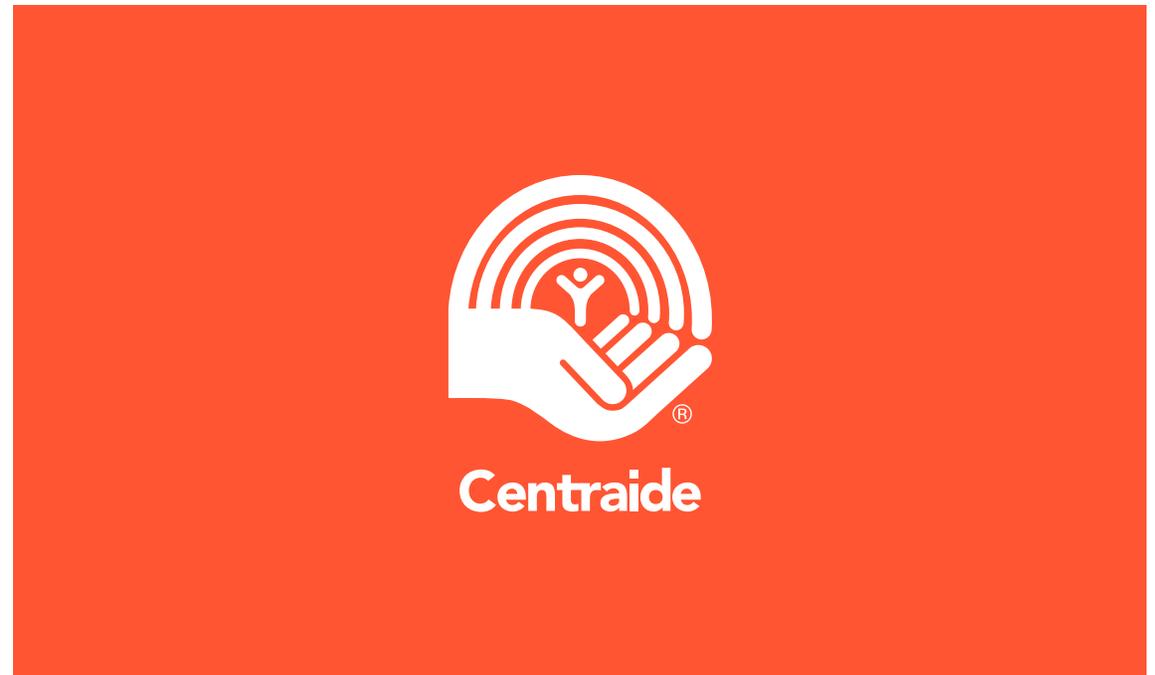
VERSION STANDARD

On doit toujours utiliser la version en noir du logo #JamaisIndifférents de Centraide lorsqu'il figure sur un fond blanc ou de couleur pâle. On peut aussi l'appliquer sur la couleur #JamaisIndifférents pour les images de petit format.

Il convient d'utiliser la version inversée (blanc) du logo #JamaisIndifférents de Centraide lorsqu'il figure sur la couleur #JamaisIndifférents ou d'autres fonds de couleur foncée, surtout pour les images de grand format, ou sur CMYK, RGB ou les versions hexadécimales de la couleur.



Centraide



PRATIQUES À ÉVITER CONCERNANT LES LOGOS

Voici des exemples de pratiques à éviter.



NE PAS AJOUTER D'EFFETS SPÉCIAUX. EXEMPLE : OMBRE PORTÉE.



NE PAS DÉPLACER LES ÉLÉMENTS DU LOGO.



NE PAS ÉTANDRE NI COMPRESSER LE LOGO.



NE PAS UTILISER DE CONTOUR.



NE PAS CHANGER LA COULEUR DU LOGO Y COMPRIS VERS LA COULEUR #JamaisIndifférents.



NE PAS CHANGER LA POLICE DE CARACTÈRE.



NE PAS METTRE LE LOGO EN OBLIQUE.



NE PAS SUPPRIMER, REDIMENSIONNER OU CHANGER LES PROPORTIONS DES ÉLÉMENTS DU LOGO



NE PAS MODIFIER OU AJOUTER DES ÉLÉMENTS.

ESPACE LIBRE

Toujours garder un espace libre minimal autour du logo. L'espace de protection minimal correspond à deux fois la hauteur de la lettre « U », où « U » est égal à la hauteur du « U » dans le logo.

Cet espace est requis tout autour du logo – ce qui comprend les contours et les bordures.



COULEUR

COULEUR

#JamaisIndifférents

Chaque imprimeur devrait recevoir un échantillon de couleur physique Pantone® pour être en mesure d'harmoniser l'impression avec notre couleur, quel que soit le matériel utilisé, p. ex., plastique, tissu, papier couché et non couché.

Cette couleur est difficile à reproduire, on doit donc porter une attention particulière aux épreuves; celles-ci devraient être envoyées à TAXI pour approbation, si possible.

NE PAS UTILISER CMYK à moins que cela ne soit absolument nécessaire.

La couleur #JamaisIndifférents ne doit être utilisée que lorsqu'on fait référence à des enjeux auxquels nous ne devons être #JamaisIndifférents . Elle ne remplace pas la couleur primaire de Centraide (Pantone 485).

On peut demander des échantillons de couleur Pantone® par courriel à marque@centraide.ca.

CONSEIL : Des directives supplémentaires sur les couleurs et l'impression sont fournies en annexe à l'intention des partenaires d'impression.

JamaisIndifférents

PANTONE 805 (80%)

PANTONE 804 (20%)

CMJN

C:0

M:76.1

J:73.8

N:0

L:81.9

A:55.9

B:39.6

RVB

R:255

V:85

B:51

Hexadecimal: FF5433

Plastique

Résine: Polypropylène

Formule: 0.3120% Day-Glo ZQ 16 Jaune fluorescent

0.1800% Day-Glo ZQ-13 Rouge fluorescent

1.2400% Pigment blanc CI 6

TYPOGRAPHIE

ROBOTO MONO (RECOMMANDÉ)

Roboto Mono est une police à espacement fixe, ce qui signifie que tous les caractères ont la même largeur et que les mots sont séparés par une espace qui correspond à la pleine largeur d'un caractère. Le résultat donne l'impression d'une double espace entre chaque mot, il faut donc créer l'espace pour qu'il semble n'y en avoir qu'une seule.

La police Roboto Mono devrait toujours être utilisée avec un crénage ajusté dans la mesure du possible.

ROBOTO MONO BOLD

ABCDEFGHIJ

0123456789

JEU DE CARACTÈRES

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz
0123456789 !@#\$%&?

EN USAGE

**CETTE COULEUR AURA
PLUS D'ATTENTION
QUE LES ENJEUX LOCAUX
DANS VOTRE VOISINAGE.**

ROBOTO BOLD (ALTERNATIVE)

Roboto Bold peut servir d'alternative dans les cas où le crénage en Roboto Mono ne peut être ajusté.

CONSEIL : En l'absence de connaissances approfondies en conception, il est recommandé d'utiliser la police Roboto Bold.

ROBOTO BOLD

ABCDEFGHIJ

0123456789

JEU DE CARACTÈRES

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz
0123456789 !@#\$%&?

EN USAGE

**CETTE COULEUR AURA
PLUS D'ATTENTION
QUE LES ENJEUX LOCAUX
DANS VOT NAGE.**

ROBOTO REGULAR (CORPS DU TEXTE)

On peut utiliser la police Roboto Regular pour les grands blocs de texte.

La taille de la police du corps du texte ne doit jamais être inférieure à 11 points.

ROBOTO REGULAR

A B C D E F G H I J

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

JEU DE CARACTÈRES

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % & ?

EN USAGE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium dolorem que laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

TAILLE DES CARACTÈRES

L'exemple suivant peut servir de guide pour déterminer la hiérarchie typographique et les proportions de taille des caractères.

Il importe de conserver les proportions dans toutes les mises en pages.

ROBOTO MONO BOLD - 25 pt

ROBOTO MONO BOLD - 13 pt

ROBOTO MONO BOLD - 17 pt

**FACE À L'ITINÉRANCE,
NE SOYONS**

#JamaisIndifférents

**AGISSONS ICI, AVEC CŒUR
FAITES UN DON À CENTRAIDE.CA**



Centraide

PHOTOGRAPHIES

FILIGRANE

Le filigrane #JamaisIndifférents figure sur toutes les images de Agir ici, avec cœur et doit être ajouté sur toute nouvelle image créée à l'échelle locale pour la campagne.

Utiliser un filigrane blanc pour les images foncées, et un noir pour les images pâles.

Disposer le filigrane sur le tiers inférieur droit de l'image. L'espacement doit correspondre à la hauteur de deux « U » majuscule.

La taille de la police varie selon l'image; se référer à la maquette et aux directives ci-dessus pour déterminer la taille à recommander.



ILLUSTRATIONS

ILLUSTRATIONS

D'importantes restrictions juridiques relatives aux droits et à l'utilisation prenant fin le 26 juillet 2020 sont applicables dans tous les médias, notamment en ce qui touche les vidéos et les illustrations. Il est demandé de consigner et de gérer toute utilisation des illustrations afin d'assurer notre conformité à ces restrictions. En vertu des ententes d'utilisation que nous avons conclues, les illustrations ne doivent pas être modifiées, altérées, dénaturées ou imitées. Il n'est pas permis d'utiliser des éléments des illustrations comme éléments de conception dans d'autres ouvrages. Celles-ci doivent apparaître dans leur contexte original.

En aucune circonstance, les Centraide, ou des artistes engagés par ces derniers, ne doivent tenter de produire des illustrations qui imitent le style de ces illustrations, même dans le cadre de la campagne #JamaisIndifférents.



L'ITINÉRANCE



L'EXCLUSION SOCIALE



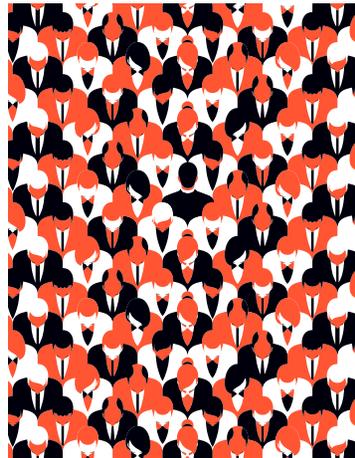
LA VIOLENCE CONJUGALE



LA PAUVRETÉ



LE DÉCROCHAGE SCOLAIRE



LES ENJEUX D'EMPLOYABILITÉ



LA SANTÉ MENTALE



L'INSÉCURITÉ ALIMENTAIRE

UTILISATION DES ILLUSTRATIONS

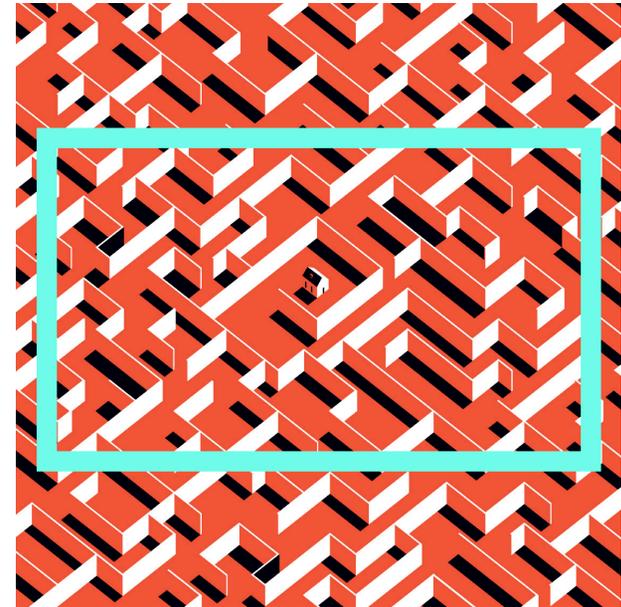
Les illustrations ne peuvent pas être modifiées mais peuvent être recadrées au besoin.

Chaque illustration a été créée en format carré afin de nous donner plus de flexibilité au recadrage. Chaque illustration peut être recadrée horizontalement ou verticalement.

Le recadrage des illustrations **ne doit pas isoler** les objets. Il doit y avoir assez d'espace ou de motif autour de l'objet.

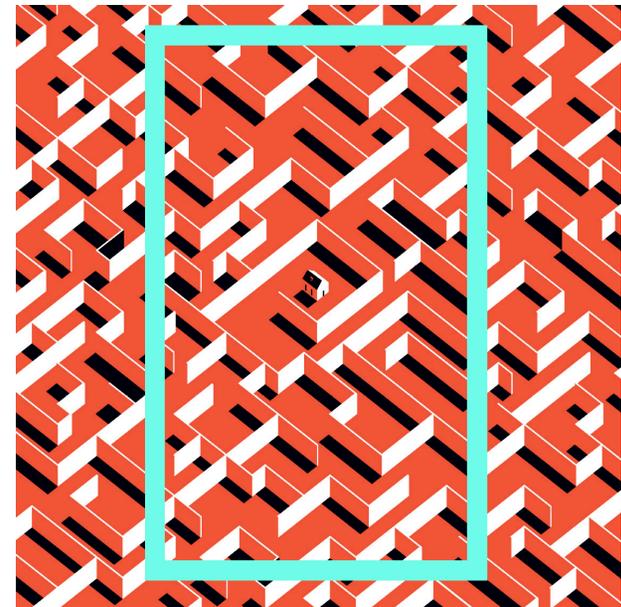
RECADRAGE HORIZONTAL

Panneaux publicitaires
Affiches murales horizontales
Bannières horizontales



RECADRAGE VERTICAL

Publicités dans les abribus
Affiches
Affiches murales verticales
Bannières verticales



APPLICATIONS

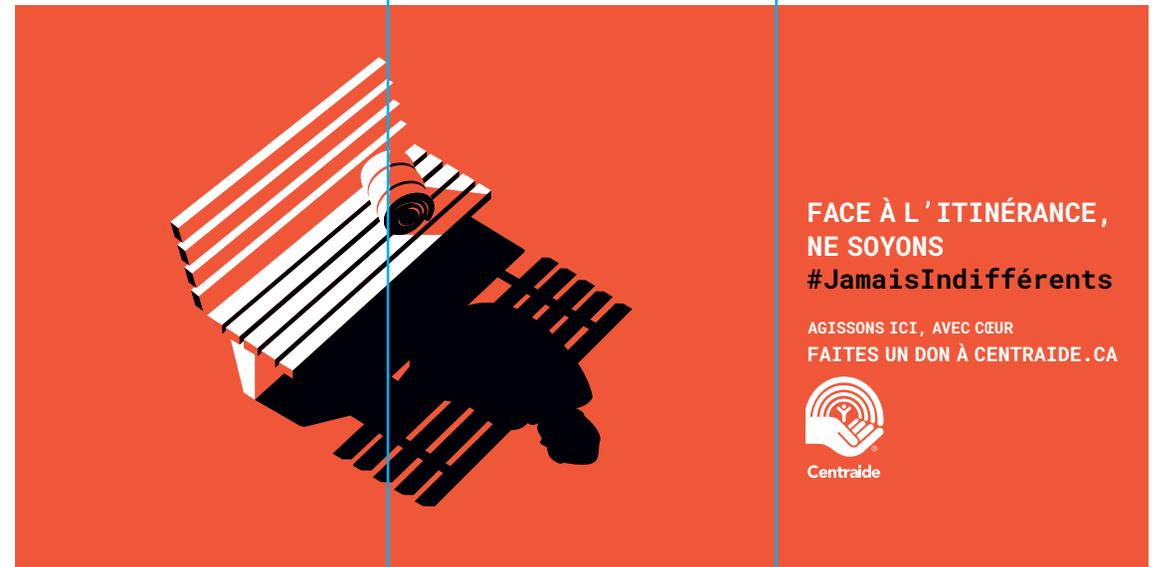
TRAITEMENT TYPOGRAPHIQUE

Les illustrations comportent des fonds avec motifs pour certaines, et des fonds unis pour d'autres. Voilà pourquoi nous traiterons le texte de deux façons différentes.

Dans le cas d'un fond uni, le texte peut être appliqué directement sur l'image/le fond.

Pour les illustrations comportant un fond avec motifs, nous avons créé une boîte de texte carrée (ratio 1:1) qui se superpose à l'image.

Dans une mise en page horizontale, le texte devrait occuper le tiers inférieur droit, à moins que le placement contextuel exige de le placer dans le haut, auquel cas il occupera le tiers supérieur gauche.



TRAITEMENT TYPOGRAPHIQUE

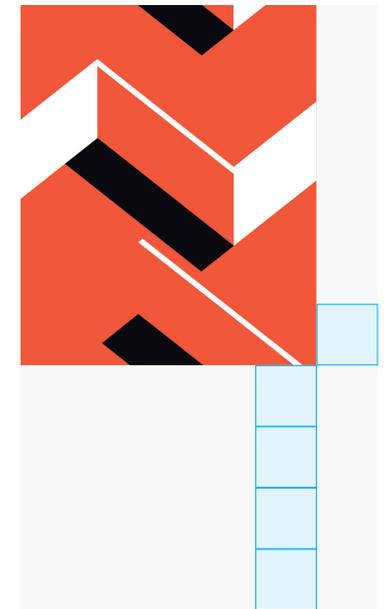
Les marges à l'intérieur du carré doivent être égales à 1,5 fois la hauteur d'un « U » majuscule dans le texte de titre.

Cet espacement doit être appliqué également à l'extérieur de la boîte de texte lorsque l'on en intègre une dans la mise en page.



DISPOSITIF DE CADRAGE

Pour les mises en pages comportant plusieurs illustrations sur une même image, nous avons créé un dispositif de cadrage qui permet d'assurer la cohésion du style entre les illustrations avec motifs et celles qui n'en ont pas.



Utilisez un ratio de 1:4 pour les dispositifs de cadrage.

AGIR ICI, AVEC CŒUR

BOUTONS

Il y a deux options de boutons « Agir ici, avec cœur » selon la plateforme créative et la mise en page adoptées.

L'option un correspond au traitement recommandé. L'option deux ne doit servir que pour les activations locales en personne, pour le matériel promotionnel (p. ex., boutons) ou pour les bannières numériques (dans certains cas précis). L'option deux peut également servir comme élément de conception dans le matériel d'appui à la campagne.

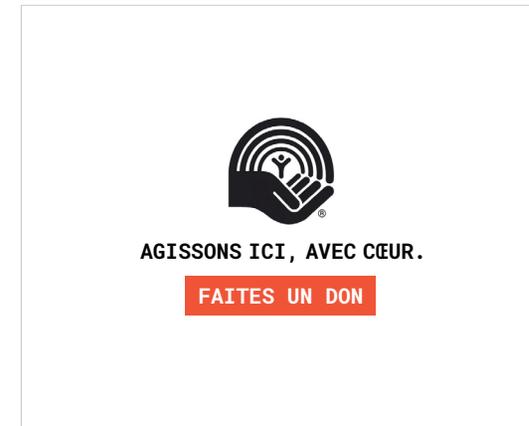
Les appels à l'action doivent figurer sur tous les contenus créatifs. En voici ces exemples :

Donnez
Devenez bénévole
Impliquez-vous
Inscrivez-vous
Abonnez-vous

CONSEIL : Voir des exemples d'utilisation de l'option deux dans le matériel de campagne pancana-dienne.

OPTION UN

VIDÉOS
ANNONCES DANS LES JOURNAUX/
IMPRIMÉS



OPTION DEUX

BANNIÈRE NUMÉRIQUE
(au cas par cas)

ACTIVATIONS LOCALES

MATÉRIEL PROMOTIONNEL
(p. ex., t-shirts et affiches)



INTRODUCTION DE LA VIDÉO

La vidéo s'ouvre sur un texte en surimpression dans un encadré sur un fond de la couleur #JamaisIndifférents.

Le texte en surimpression change selon l'enjeu traité dans la vidéo.

CONSEIL : Se reporter à la page 22 pour les enjeux auxquels nous ne sommes #JamaisIndifférents et employer les mêmes formulations, p. ex., violence conjugale, et non abus.



FILIGRANE VIDÉO

Le filigrane #JamaisIndifférents doit être appliqué dans toutes les vidéos présentées.

Disposer le filigrane sur le tiers inférieur droit de l'image. L'espacement doit correspondre à deux fois la hauteur du « U » majuscule.

(Même disposition que pour l'image Agir ici, avec cœur)

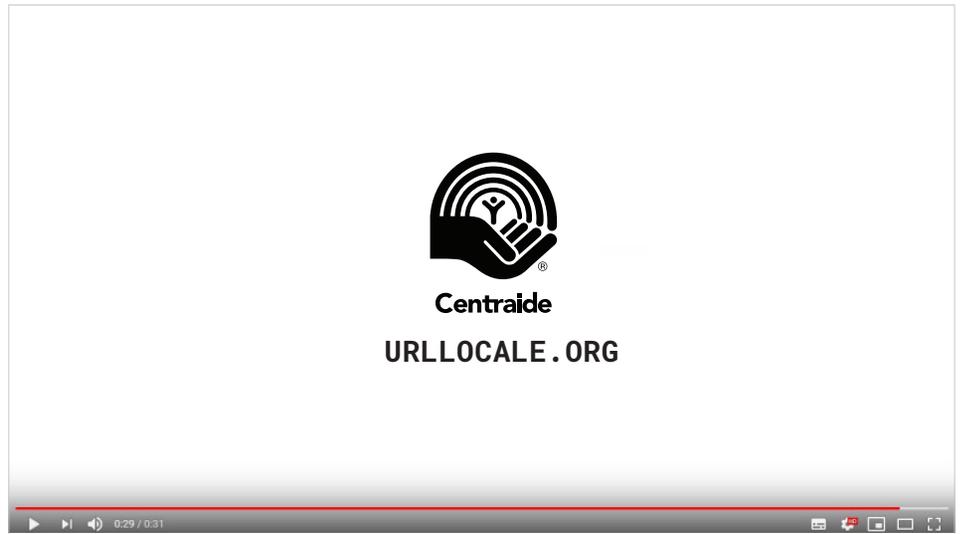


CONCLUSION DE LA VIDÉO

Les vidéos doivent toujours être suivies d'un encadré blanc avec, en surimpression, le texte suivant:

« Agissons ensemble et ne soyons
#JamaisIndifférents face aux enjeux locaux »

Les vidéos doivent conclure sur le message
« Agissez ici, avec cœur » et le bouton d'appel à l'action « Donnez », suivis du logo #JamaisIndifférents de Centraide et de l'adresse URL du Centraide local (optionnel). (Les marchés ne disposent pas d'un logo verrouillé comportant un logo centré et leur adresse URL.)



PUBLICITÉ DIFFUSÉE

La publicité diffusée est suivie d'un encadré blanc avec, en surimpression, le texte « C'est facile de rester indifférents face aux enjeux locaux » sur un fond de la couleur #JamaisIndifférents.

Le texte en surimpression change pour « Face à eux, ne soyons #JamaisIndifférents ».

Note: Les droits relatifs à la musique et aux talents ne nous permettent pas de produire des versions locales des publicités diffusées. Se reporter à la page 6 pour plus de précisions.



PUBLICITÉ DIFFUSÉE

La vidéo conclut sur un écran où figure le mot-clic #JamaisIndifférents avec, en surimpression, le texte « Agissez ici, avec cœur » et l'appel à l'action « Pour plus d'information, visitez centraide.ca ».



PUBLICITÉS DANS LES ABRIBUS



FACE À L'INSÉCURITÉ ALIMENTAIRE,
NE SOYONS #JamaisIndifférents.
AGISSONS ICI, AVEC CŒUR.
FAITES UN DON.



Centraide

PUBLICITÉS NUMÉRIQUES

HAUT : Option un

BAS :
Option deux avec bouton « Agissez ici, avec cœur ».

LES ENJEUX LOCAUX
PEUVENT ÊTRE
FACILES À IGNORER



FACE À EUX, NE SOYONS
#JamaisIndifférents

AGISSONS ICI, AVEC CŒUR

FAITES UN DON

LES ENJEUX LOCAUX
PEUVENT ÊTRE
FACILES À IGNORER

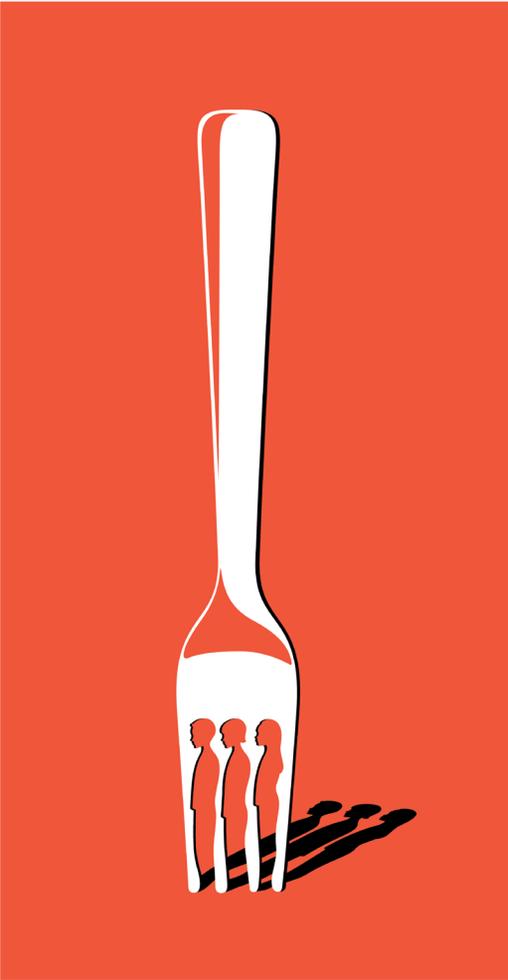
AGISSONS ICI,
AVEC CŒUR



FACE À EUX, NE SOYONS
#JamaisIndifférents

FAITES UN DON

PUBLICITÉS DANS LES JOURNAUX



 **FACE À L'INSÉCURITÉ ALIMENTAIRE,
NE SOYONS #JamaisIndifférents.**
AGISSONS ICI, AVEC CŒUR.
FAITES UN DON.

PAGE COMPLÈTE



 **FACE AU DÉCROCHAGE SCOLAIRE,
NE SOYONS #JamaisIndifférents.**
AGISSONS ICI, AVEC CŒUR.
FAITES UN DON.

DEMIE PAGE

EXEMPLES D'ACTIVATION DE LA CAMPAGNE

UNITED WAY OF THE ALBERTA CAPITAL REGION

Pour le lancement de sa campagne 2018, United Way of the Alberta Capital Region a conçu deux activations:

- United Way of the Alberta Capital Region a créé une exposition #JamaisIndifférents d'une largeur de sept mètres (images A et C) où figurent des statistiques et des histoires de réussite en lien avec les enjeux #JamaisIndifférents.

- United Way of the Alberta Capital Region a aussi créé un mur de graffitis #JamaisIndifférents (image B), signé par des donateurs.

Les deux œuvres ont été exposées dans divers milieux de travail durant la campagne.



A. EXPOSITION #JamaisIndifférents/LANCEMENT DE LA CAMPAGNE 2018 DE UNITED WAY OF THE ALBERTA CAPITAL REGION



B. MUR DE GRAFFITIS #JamaisIndifférents/2018



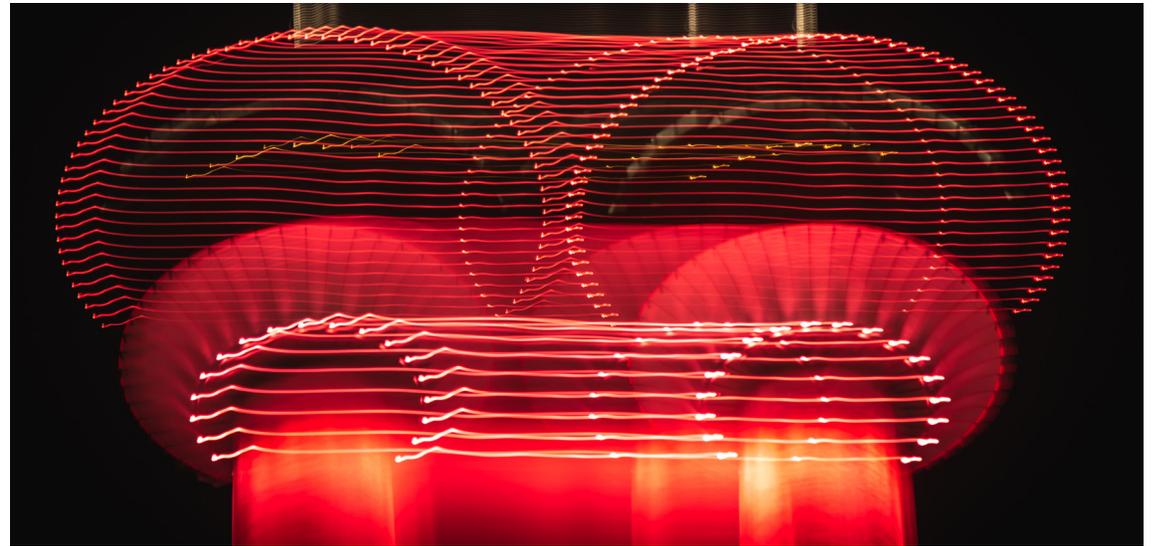
C. EXPOSITION #JamaisIndifférents/LANCEMENT DE LA CAMPAGNE 2018 DE UNITED WAY OF THE ALBERTA CAPITAL REGION

UNITED WAY CALGARY AND AREA

Au cours de sa campagne 2018, United Way Calgary and Area a conçu plusieurs activations de #JamaisIndifférents :

- L'éclairage de lieux réputés comme la Calgary Tower (image A), le Reconciliation Bridge et le East Village Walkway a été transformé en s'illuminant de la couleur #JamaisIndifférents, sensibilisant la population à travers la ville.

- En partenariat avec des étudiants de l'Alberta University of the Arts, United Way Calgary and Area a créé une cage à oiseaux #JamaisIndifférents (images B et C) remplie d'oiseaux en origami. Chaque oiseau illustre un enjeu #JamaisIndifférents. Les visiteurs étaient encouragés à entrer dans la cage et à en ressortir avec un oiseau.



A. CALGARY TOWER #JamaisIndifférents/CAMPAGNE 2018 DE UNITED WAY CALGARY AND AREA



B. CAGE À OISEAUX #JamaisIndifférents/CAMPAGNE 2018 DE UNITED WAY CALGARY AND AREA



C. CAGE À OISEAUX #JamaisIndifférents/CAMPAGNE 2018 DE UNITED WAY CALGARY AND AREA

UNITED WAY GREATER TORONTO

Au cours de sa campagne 2018, United Way Greater Toronto (UWGT) a procédé à de multiples activations #JamaisIndifférents :

- Pour l'événement Nuit Blanche Toronto 2018, UWGT a créé une installation interactive #JamaisIndifférents (images A et B) au Nathan Phillips Square. L'exposition simulait les sentiments d'isolement, de désespoir et d'incertitude qui sont le lot de nombreux Canadiens et Canadiennes aux prises avec des enjeux face auxquels nous ne sommes #JamaisIndifférents.

À leur entrée dans l'installation, les visiteurs déambulaient dans un brouillard de la couleur #JamaisIndifférents au son d'une bande sonore obsédante qui couvrait les sons de la foule à l'extérieur. Au sortir de l'installation, les visiteurs étaient dirigés vers des panneaux affichant les illustrations de Malika Favre, dont chacune met en lumière un enjeu face auquel nous ne sommes #JamaisIndifférents.

- Un kiosque #JamaisIndifférents (image C) a été monté sur les lieux de l'événement UP2018 CN Tower Climb et un autre, à la conférence de United Way Worldwide. Les illustrations de Malika Favre, l'échantillon de couleur Pantone et des produits dérivés de la campagne #JamaisIndifférents, incluant des t-shirts et des étuis de téléphone, y étaient présentés.



A. INSTALLATION #JamaisIndifférents/NUIT BLANCHE TORONTO 2018



B. INSTALLATION #JamaisIndifférents/NUIT BLANCHE TORONTO 2018



C. KIOSQUE #JamaisIndifférents/UP2018 CN TOWER CLIMB

PERSONNES-RESSOURCES

Coordonnées : Pour toute question, communiquer avec Gabrielle Gagnon à **b-gagnong@centraide-mtl.org** et avec Evan Clark à **eclark@centraide.ca**.

Pour les questions concernant la marque principale Centraide, écrire à **marque@centraide.ca**.

Soumettre le matériel relatif à la campagne à l'adresse **approvals@uwgt.org**.

MERCI.