Le bon réflexe

TROUSSE D'ACTIVATION

COMMUNICATION ET NORMES GRAPHIQUES DE LA CAMPAGNE

Ordre des CO du Québec

Sommaire

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Introduction	3
Concept visuel	4
Les messages	5
Les couleurs	11
La typographie	12
Visuel moteur - normes	13
Exemples d’applications	14

Introduction

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Explication du concept

Le bon réflexe

Le bon réflexe... C'est votre c.o.

Et si consulter un conseiller ou une conseillère d’orientation devenait aussi naturel que nos réflexes du quotidien?

Avec sa nouvelle campagne, l’Ordre souhaite faire évoluer la perception du rôle des c.o. et faire découvrir l’étendue de leur expertise, bien au-delà du choix de carrière.

Ludique, accrocheuse et ancrée dans les réalités vécues par la population, la campagne joue avec les réflexes du quotidien et des situations concrètes pour capter l’attention, susciter la curiosité et révéler les nombreuses façons dont les c.o. peuvent accompagner les personnes à différents moments de leur vie.

Notre ambition :
faire de l’accompagnement en orientation un réflexe collectif.
Que ce soit face à un questionnement, une transition ou une décision importante, penser à consulter un c.o. devienne tout naturel.

Quand la vie vous questionne, le bon réflexe, c’est votre c.o.

Concept visuel

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Explication du concept visuel

La campagne repose sur un contraste simple et évocateur : nous avons naturellement les bons réflexes pour résoudre les petits défis du quotidien, mais qu'en est-il des décisions qui influencent notre avenir?

Visuellement, cette dualité prend vie grâce à une approche éditoriale forte, des couleurs contrastantes et des photographies accessibles. La composition en deux temps permet de capter l'attention, de susciter la réflexion et de faire émerger naturellement le rôle du c.o.



Réflexe de la vie quotidienne

Une accroche familière pour capter l'attention.

La première partie met en scène une situation simple du quotidien, associée à un réflexe connu de tous.

Le ton accessible, l'accroche percutante et l'image évocatrice créent une connexion immédiate avec le public.

Le bon réflexe pour son avenir

Un parallèle qui transforme une réflexion en prise de conscience.

La deuxième partie transpose le réflexe à un enjeu plus important. Ce contraste révèle la pertinence de consulter un c.o. pour mieux comprendre sa situation et éclairer ses décisions.

La présence d'un conseiller ou d'une conseillère d'orientation humanise la démarche, tandis que la signature, le logo de l'Ordre et l'adresse Web renforcent la crédibilité du message et invitent à passer à l'action.

Les messages par cibles

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

CIBLES	MESSAGES
Personne en transition	Quand on met un film sur pause, on sait où reprendre. Pour savoir où reprendre après un congé de maternité, il y a les c.o. Pour retrouver son chemin, il y a le GPS. Pour retrouver sa voie après une séparation, il y a les c.o. Pour traverser une tempête, on trouve un abri. Pour traverser une transition de vie, il y a les c.o.
Personne vivant avec une situation complexe	Quand on rate une sortie, le GPS recalcule l’itinéraire. Quand un diagnostic change notre parcours, il y a les c.o. Quand on est dans le brouillard, on allume nos phares. Quand l’anxiété nous garde dans le noir, il y a les c.o.
Personne en questionnement	Pour choisir sa prochaine destination, il y a les agences de voyage. Pour choisir sa nouvelle carrière, il y a les c.o. Pour sortir d’un labyrinthe, on garde notre calme. Pour sortir d’une période de doute, il y a les c.o. Quand notre téléphone fait des mises à jour, on le redémarre. Quand notre carrière stagne, il y a les c.o.
Personne qui accompagne	Pour guider quelqu’un sur la route, on consulte une carte. Pour aider à accompagner un parent vieillissant, il y a les c.o.

Les messages par cibles

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

CIBLES	MESSAGES
Jeune en construction	Pour résoudre un casse-tête, on commence par les coins. Pour démêler son parcours scolaire, il y a les c.o.
En milieu de travail	Pour trouver le meuble antique rêvé, on regarde Marketplace. Pour trouver la perle rare pour compléter son équipe, il y a les c.o. Pour aider nos plantes à pousser, on leur donne de la lumière. Pour cultiver sa confiance après un arrêt de travail, il y a les c.o.
En santé mentale	Pour raviver un feu, on ajoute une bûche. Pour raviver la motivation au quotidien, il y a les c.o. Sur un sentier difficile, on s’appuie sur des bâtons. Pour trouver un appui dans un deuil, il y a les c.o.
En éducation	Quand on hésite entre deux produits, on regarde les avis. Quand on hésite entre deux programmes, il y a les c.o. Pour prendre de la hauteur, on gravit une montagne. Pour voir plus loin après un échec scolaire, il y a les c.o.
En employabilité	Pour bâtir une maison, on part de bonnes fondations. Pour bâtir une carrière sur les bonnes bases, il y a les c.o. Pour retrouver son chat perdu, on pose une affiche. Pour relancer sa recherche d’emploi, il y a les c.o.

Les messages par cibles

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

NOTORIÉTÉ

Créer le réflexe.

Pour retrouver son chemin, il y a le GPS.
Pour retrouver sa voie après une séparation, il y a les c.o.

—

Pour retrouver son chat perdu, on pose une affiche.
Pour relancer sa recherche d’emploi, il y a les c.o.

CONSIDÉRATION

Faire comprendre pourquoi c’est le bon réflexe.

Tu crois devoir retourner au point de départ après une séparation?
Les c.o. t’aident à orienter ta nouvelle voie.
Le bon réflexe? En parler avec un.e c.o.

—

Tu doutes de ta capacité à accompagner ta mère?
Les c.o. t’aident à comprendre tes hésitations comme proche aidante.
Le bon réflexe? En parler avec un.e c.o.

CONVERSION

Passer du réflexe à l’action.

Pour aller dans la bonne direction.
Fais appel à un.e. c.o.

—

Pour retrouver ta confiance,
Fais appel à un.e. c.o.

Les messages
Réseaux sociaux

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d'applications

Exemples de messages pour accompagner les visuels sur les réseaux sociaux.

📍 Pour trouver son chemin,
on consulte son GPS.

Mais quand la vie nous fait perdre nos repères, vers qui se tourner?

💭 une période de doute
💭 une épreuve difficile
💭 un diagnostic qui soulève des questions...

Les conseillers et conseillères d'orientation (c.o.) peuvent vous accompagner dans bien plus de situations que vous ne l'imaginez!

Et si consulter un c.o. devenait aussi naturel que de consulter son GPS?

Quand la vie vous questionne, le bon réflexe, c'est votre c.o.

#ReflexeCO

🐈 Pour retrouver un chat perdu,
on pose une affiche

📱 Quand notre téléphone fige, on le redémarre.

🧩 Pour résoudre un casse-tête,
on commence par les coins.

Quand c'est notre parcours de vie qui se complique, on fait quoi?

Une séparation qui bouleverse nos projets. Une carrière qui stagne. Un parcours scolaire difficile à démêler.

Pour ces situations aussi, il existe un bon réflexe : consulter un conseiller ou une conseillère d'orientation.

Parce que les c.o. peuvent vous accompagner dans bien plus de situations que vous ne le pensez!

Quand la vie vous questionne, le bon réflexe, c'est votre c.o.

#ReflexeCO

Les messages
Réseaux sociaux

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Publication LinkedIn

Et si consulter un.e c.o devenait un réflexe collectif?

On pense souvent aux conseillers et conseillères d'orientation pour choisir un programme d'études ou une carrière. Pourtant, leur expertise va bien au-delà!

- Sortir d'une période de doute
- Retrouver sa voie après une séparation
- Composer avec un diagnostic
- Vivre une transition professionnelle
- Y voir plus clair face à l'anxiété

Autant de situations où l’accompagnement d’un.e c.o. peut faire toute la différence!

Et c'est justement tout le sens de la nouvelle campagne Le bon réflexe, lancée par @OCCOQ - Ordre des conseillers et conseillères d'orientation du Québec

Une campagne ludique, ancrée dans les réalités du quotidien, pour démystifier la profession et changer les perceptions.

Parce que les défis de la vie sont nombreux et que personne n'a à y faire face seul.e.

Quand la vie vous questionne, le bon réflexe, c'est votre c.o.

#ReflexeCO

Les messages
Réseaux sociaux

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Publication Facebook

Et si consulter un.e c.o devenait un réflexe collectif?

Et si consulter un.e c.o devenait aussi naturel que de consulter son GPS? 🧭

Quand on traverse une période de doute, qu'on vit une transition importante ou qu'on cherche sa voie après une épreuve, il y a les c.o.

Leur expertise est diversifiée. Les conseillers et conseillères d'orientation peuvent vous aider à mieux comprendre votre situation, à explorer vos possibilités et à avancer avec confiance.

Quand la vie vous questionne, le bon réflexe, c'est votre c.o.

👉Pour en savoir plus :
https://www.orientation.qc.ca/conseiller-d-orientation

#ReflexeCO

Les couleurs

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Utilisation des couleurs

Les visuels sont composés de duos de couleurs. Les duos comportent toujours une couleur plus pâle et une autre plus foncée, pour créer des contrastes lumineux qui ont de l’impact.

Pantone 6358 C C18 M0 Y0 K0 R199 G226 B233 #C7E2E9	Pantone 2738 C C100 M91 Y0 K13 R6 G3 B141 #06038D
- C0 M7 Y13 K0 R255 G237 B217 #FFEDD9	Pantone 4058 C C0 M82 Y56 K0 R228 G75 B85 #E44B55
Pantone 7436 C C2 M12 Y0 K0 R238 G218 B234 #EEDAEA	Pantone 4075 C C21 M87 Y24 K37 R130 G53 B80 #823550

Les typographies

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les photographies

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d'applications

POPPINS

La famille typographique Poppins est idéale pour les gros titres. Elle est très géométrique et facile à lire.

Pour les titres et appels à l'action

Poppins bold

Aa Bc Cc Dd Ee Ff

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!#?&*().,

Pour la signature

Poppins SemiBold

Aa Bc Cc Dd Ee Ff

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#%?&*()».,

Adobe Font - téléchargez ici :
https://fonts.adobe.com/fonts/poppins

Google Font - téléchargez ici :
https://fonts.google.com/specimen/Poppins

Visuel moteur normes

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d'applications

Visuel moteur



Poppins Bold

Interlignage de 4 pt de plus que la dimension du texte
(texte en 94 pt, interlignage en 98 pt)

Petite flèche

Poppins SemiBold

Poppins Bold
Approche de 200 pt

Logo

Mention attachée au logo
Arial italic

Fond de couleur uni

Image découpée

Flèche qui pointe vers la 2e réflexion

Fond de couleur uni contrastant avec la première partie

Rond qui met en évidence le/la c.o.

Photographie du/de la c.o.

Exemples d'applications

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Affiches simples

Exemples d'affiches pour impression en format 16 x 20







Téléchargez-ici :
https://www.orientation.qc.ca/medias/iw/Affiches-Simple-16x20.zip

Exemples d'applications

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Affiches en duo

Exemples d'affiches pour impression en format 16 x 20 réparties sur 2 supports visuels.

Téléchargez-ici :
https://www.orientation.qc.ca/medias/iw/Affiches-Double-16x20.zip









Exemples d'applications

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d'applications

Affiche en duo - suite

Exemples d'affiches pour impression en format 16 x 20 réparties sur 2 supports visuels.









Téléchargez-ici :
https://www.orientation.qc.ca/medias/iw/Affiches-Double-16x20.zip

Exemples d'applications

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

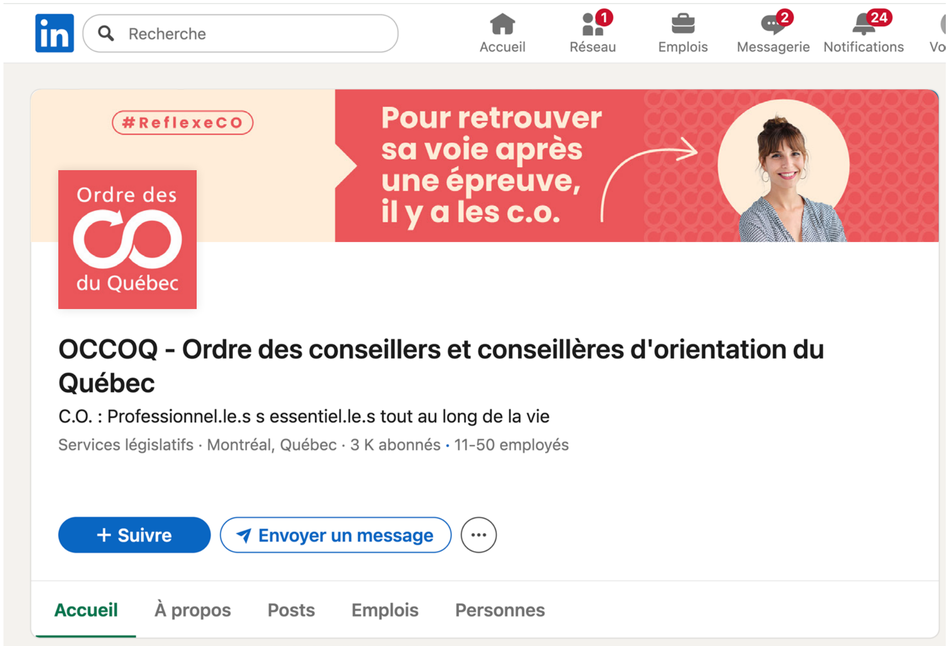
Exemples d'applications

Bannière LinkedIn - Entreprise

Téléchargez-ici :
https://www.orientation.qc.ca/medias/iw/Banniere-LinkedIn.zip







Exemples d'applications

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

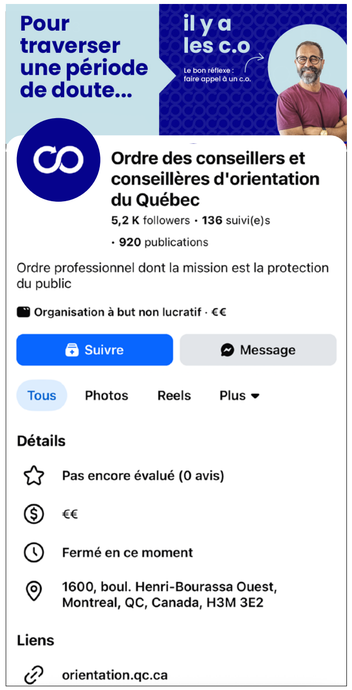
Visuel moteur - normes

Exemples d'applications

Bannière Facebook

Téléchargez-ici :
https://www.orientation.qc.ca/medias/iw/Banniere-Facebook.zip







Exemples d'applications

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d'applications

Carrousel 1080 x 1080

Téléchargez-ici :
https://www.orientation.qc.ca/medias/iw/Carrousel.zip

Ce visuel peut accompagner à la fois les textes présentés à la page 8 et la publication Facebook proposée à la page 10.



Exemples d'applications

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d'applications

Bannières statiques 1080 x 1080

Téléchargez-ici :
https://www.orientation.qc.ca/medias/iw/Bannieres-Statiques.zip

Ce format de visuel peut accompagner à la fois les textes présentés à la page 8
et les publications LinkedIn et Facebook proposées aux pages 9 et 10.







Exemples d'applications

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Signature courriel

Téléchargez-ici :
https://www.orientation.qc.ca/medias/iw/Signature-courriel.zip



Cette partie est éditable avec vos informations.

Cette partie est une image non éditable.

La typographie système Arial est utilisée pour éviter tout problème de compatibilité.

Voir la procédure à la page suivante.

Exemples d'applications

Introduction

Concept visuel

Les messages

Les couleurs

La typographie

Visuel moteur - normes

Exemples d’applications

Enregistrement de la signature courriel

Suivez les étapes ci-dessous pour ajouter la signature à votre logiciel de messagerie.

1. Télécharger votre fichier

1. Téléchargez le fichier .eml sur votre ordinateur.
2. Ouvrez le fichier en double-cliquant dessus. Il devrait s’ouvrir dans votre logiciel de messagerie.

2. Personnaliser vos informations

1. Une fois le courriel ouvert, cliquez sur Transférer.
2. Modifiez les informations nécessaires dans la signature : nom, titre, téléphone, courriel, etc.
3. Vérifiez que toutes vos coordonnées sont exactes.

3. Copier la signature

1. Sélectionnez la signature complète, incluant les éléments graphiques et les coordonnées.
2. Copiez la signature (Cmd + C sur Mac ou Ctrl + C sur Windows).

4. Ajouter la signature à votre messagerie

1. Ouvrez Outlook ou Gmail et accédez aux paramètres.
2. Outlook : Sélectionnez Comptes, puis Signatures (le chemin peut varier selon la version).

   Gmail : Dans l’onglet Général, repérez la section Signature.
3. Créez une nouvelle signature ou remplacez votre signature actuelle.
4. Collez la signature copiée (Cmd + V sur Mac ou Ctrl + V sur Windows)
5. Outlook : Sélectionnez Comptes, puis Signatures

   Gmail : Faites défiler la page jusqu’en bas et cliquez sur Enregistrer les modifications.

5. Vérifier le résultat

1. Créez un nouveau courriel.
2. Vérifiez que la signature s’affiche correctement.
3. Envoyez-vous un courriel test pour confirmer que la mise en page, les liens et les images fonctionnent comme prévu.

Merci!