

Guide de visibilité



Service des relations citoyennes et des communications

INTRODUCTION

Ce guide décrit les attentes de la Ville de Québec relatives à la reconnaissance du soutien financier qu'elle accorde aux événements se déroulant sur son territoire.

Il constitue un cadre de référence pour tous les éléments de visibilité exigés par la Ville de Québec. Il précise également les façons d'utiliser l'image de la Ville, en plus de fournir différents outils pour faciliter le respect de ces exigences.

Il s'adresse aux organisateurs de toutes les activités et tous les événements qui se déroulent sur le territoire de la ville de Québec, et qui reçoivent un appui financier d'une unité administrative de la Ville.

Objectifs du guide

Le guide de visibilité a notamment pour objectifs :

- de baliser la reconnaissance du soutien offert par la Ville de Québec dans les outils des organisateurs d'événements;
- d'encadrer l'association de l'image de marque de la Ville de Québec et de celle de l'événement qui reçoit un soutien financier;
- de fournir les outils nécessaires aux organisateurs d'événements pour faciliter le respect des exigences.

Respect des exigences

L'organisme demandant une aide financière doit informer la Ville des activités de communication et de leur diffusion **au moins 60 jours ouvrables avant, dans la mesure du possible** la première activité de communication et s'engager à respecter les exigences associées à la catégorie de l'événement.

Le respect des exigences est conditionnel aux moyens dont disposent les organisateurs d'événements. Les organisateurs ne disposant pas des moyens nécessaires ou exacts pour répondre aux exigences sont invités à le mentionner à la personne responsable de leur dossier à la Ville.

Pour évaluer le positionnement offert, le Service des relations citoyennes et des communications s'appuiera notamment sur les éléments suivants :

- stratégie de communication liée à l'événement;
- avantages pour la Ville en termes de visibilité;
- clientèles visées et participation anticipée;
- présence d'autres partenaires financiers et positionnement par rapport aux autres partenaires;
- proportion de la contribution de la Ville par rapport au budget prévisionnel total de l'événement.

Lorsque nécessaire, la Ville de Québec se réserve le droit de demander des adaptations ou modifications.

EXIGENCES DE VISIBILITÉ PAR CATÉGORIE D'ÉVÉNEMENT

Les tableaux suivants présentent les exigences minimales à respecter pour les événements de chaque catégorie. Des précisions sont disponibles dans la section Modalités d'application du guide.

Pour les événements à ExpoCité ou à l'Espace Quatre Cents, les exigences de visibilité sont négociées et incluses dans le contrat avec le promoteur ou l'organisation. Consulter un(e) représentant(e) d'ExpoCité ou la conseillère ou le conseiller en communication attitré(e) pour des précisions.

Catégorie A

Budget total de la dernière édition (sans biens et services) : Plus de 1 M\$

Présence visuelle
Logo de la Ville sur les outils promotionnels et la publicité (affiches, dépliants, vidéo, télé, etc.)
Logo de la Ville sur le site Internet et hyperlien vers le site de la Ville
Logo de la Ville sur les éléments de pavoisement (bannières, banderoles, panneaux de parcours, etc.)
Logo sur les outils de reconnaissance des partenaires (boucles numériques, affichage dédié, etc.)
Logo de la Ville sur les accréditations
Relations publiques et représentation
Ajout de l'événement au calendrier de la Ville
Ajout de la Ville comme co-organisatrice de l'événement Facebook
Publication dédiée à la mention du soutien financier de la Ville dans les médias sociaux de l'organisateur
Prise de parole d'un ou d'une élue lors d'un événement public
Relations de presse
Mention de l'appui financier de la Ville dans les communiqués de presse diffusés par l'organisateur
Insertion d'une citation de la Ville de Québec
Espaces de publicité et de promotion
Espace publicitaire gratuit dans le programme de l'événement ou le guide de participation
Diffusion gratuite d'une vidéo promotionnelle de 15 ou 30 secondes
Reddition de compte et bilan
Catalogue des principaux visuels produits, montrant la visibilité offerte à la Ville

5 à 10 photos de l'événement, excluant les photos protocolaires, libres de droit pour utilisation promotionnelle par la Ville.

Crédits photos, s'il y a lieu

Revue de presse

Images vidéo de l'événement, libres de droit pour utilisation promotionnelle par la Ville

Catégories B et C

Budget total de la dernière édition (sans biens et services) : 100 000 \$ à 1 M\$

Présence visuelle
Logo de la Ville sur les outils promotionnels et la publicité (affiches, dépliants, vidéo, télé, etc.)
Logo de la Ville sur le site Internet et hyperlien vers le site de la Ville
Logo de la Ville sur les éléments de pavoisement (bannières, banderoles, panneaux de parcours, etc.)
Logo sur les outils de reconnaissance des partenaires (boucles numériques, affichage dédié, etc.)
Relations publiques et représentation
Ajout de l'événement au calendrier de la Ville
Ajout de la Ville comme co-organisatrice de l'événement Facebook (s'il y a lieu)
Publication dédiée à la mention du soutien financier de la Ville dans les médias sociaux de l'organisateur
Prise de parole d'un ou d'une élue lors d'un événement public
Relations de presse
Mention de l'appui financier de la Ville dans les communiqués de presse diffusés par l'organisateur
Espaces de publicité et de promotion
Espace publicitaire gratuit dans le programme de l'événement ou le guide de participation
Reddition de compte, bilan et revue de presse sommaire
Catalogue des principaux visuels produits, montrant la visibilité offerte à la Ville
5 à 10 photos de l'événement, excluant les photos protocolaires, libres de droit pour utilisation promotionnelle par la Ville. Crédits photos, s'il y a lieu

Catégorie D

Budget total de la dernière édition (sans biens et services) : Moins de 100 000 \$

Présence visuelle
Logo de la Ville dans les outils promotionnels et la publicité (affiches, dépliants, vidéo, télé, etc.)
Logo de la Ville sur le site Internet et hyperlien vers le site de la Ville
Logo dans les outils de reconnaissance des partenaires (boucles numériques, affichage dédié, etc.)
Relations publiques et représentation
Publication dans les médias sociaux de l'organisateur dédiée à la mention du soutien de la Ville
Ajout de l'événement sur le site de Québec Animée
Ajout de la Ville comme co-organisatrice de l'événement Facebook (s'il y a lieu)
Relations de presse
Mention de l'appui financier de la Ville dans les communiqués de presse diffusés par l'organisateur
Reddition de compte et bilan
Catalogue des principaux visuels produits, montrant la visibilité offerte à la Ville

MODALITÉS D'APPLICATION

Présence visuelle

- **Publicités audio seulement** : il n'est pas requis de mentionner la Ville de Québec (radio ou plateformes d'écoute de musique en continu).
- **Oriflammes** : considérant la taille de l'outil et le contexte de lecture, il n'est pas requis d'inclure le logo de la Ville sur les oriflammes, sauf si ceux des autres partenaires de l'événement sont présents.
- **Prêt de matériel par la centrale d'équipements** : les logos et visuels Ville qui sont présents sur le matériel prêté, le cas échéant, sont considérés comme de la visibilité.

Logos à utiliser et Programme d'identification visuelle de la Ville

Le logo de la Ville de Québec peut être téléchargé sur le [site Web de la Ville](#). Des [guides d'utilisation](#) sont également disponibles.

À retenir :

- L'utilisation de la signature graphique sans énoncé « L'accent d'Amérique » est préconisée, particulièrement lorsqu'elle est utilisée dans un bloc de signatures avec plusieurs partenaires.
- L'utilisation d'une autre couleur que celles disponibles sur le site de la Ville (bleu, blanc ou noir) est interdite.
- L'ajout de la signature de l'arrondissement n'est pas requis.
- Le positionnement du logo ne doit pas donner l'impression que la Ville organise l'événement.
- Le logo de la Ville demeure en français, peu importe la langue de la communication.

Événements soutenus par plusieurs programmes ou unités administratives

Si votre projet est soutenu par plusieurs programmes ou unités administratives de la Ville de Québec, privilégiez l'utilisation de la signature graphique sans énoncé « L'accent d'Amérique ».

Événements à ExpoCité et Espace Quatre Cents : Il faut utiliser le logo conjoint ExpoCité | Ville de Québec dans les visuels.

Entente de développement culturel : consultez les [clauses de visibilité](#) de l'Entente de développement culturel

Approbation des visuels

Tous les éléments qui portent le logo de la Ville de Québec doivent avoir été approuvés par la Ville **au moins 10 jours ouvrables, dans la mesure du possible**, avant leur envoi en impression ou leur mise en ligne.

Relations publiques et représentation

Ajout de l'événement au calendrier de la Ville

Pour promouvoir les événements qu'elle appuie, la Ville utilise la plateforme [Québec animée](#).

Les informations de nature promotionnelle concernant votre événement doivent être fournies à la personne responsable de votre dossier à la Ville **au moins 60 jours ouvrables, dans la mesure du possible** avant la tenue de l'événement.

Nature des informations à fournir :

- Courte description de l'événement;
- Dates;
- Lieu(x);
- Coût;
- Visuel ou photo représentative de l'événement;
- Hyperlien vers des informations supplémentaires sur l'événement;
- Toute autre information pertinente à la promotion de l'événement.

Ces informations pourront aussi être utilisées pour promouvoir l'événement dans d'autres outils de la Ville, comme le bulletin municipal, les infolettres ou de l'affichage dans les parcs.

Ajout de la Ville comme co-organisatrice d'un événement Facebook

En créant un événement sur Facebook et en y ajoutant la Ville comme co-organisatrice, les organisateurs bénéficient d'une visibilité accrue et permettent à la Ville de promouvoir plus facilement leur événement dans le cadre de campagnes publicitaires tout au long de l'année.

Pour ajouter d'autres organisateurs à un événement Facebook : [Ajouter d'autres organisateur.ices à votre événement Facebook | Pages d'aide Facebook](#)

Publications dans les médias sociaux pour reconnaître l'appui de la Ville

Dans la mesure du possible, les publications doivent être faites sur Facebook ou Instagram et doivent inclure les coordonnées du compte de la Ville.

- Facebook : <https://www.facebook.com/QuebecVille>
- Instagram : <https://www.instagram.com/villequebec/>

À noter : la désignation de la ville de Québec comme territoire géographique ne répond pas à cette exigence de visibilité. Privilégiez une publication qui reconnaît le soutien offert par l'administration municipale ou l'ensemble des partenaires.

À privilégier	Merci à tous nos partenaires pour leur soutien, dont la @VilledeQuébec!
À éviter	La @VilledeQuébec résonne au son et à la lumière du spectacle de XYZ, quel bonheur de s'y retrouver!

Prise de parole d'un ou d'une élue lors d'un événement public

- Les organisateurs sont responsables d'inviter un ou une élue à un événement public (annonce, dévoilement, lancement, clôture, remise de prix ou de médailles, etc.).
- Les demandes doivent être adressées au cabinet de la mairie, selon les informations indiquées à la section « Demandes au cabinet de la mairie ».
- Si plusieurs événements publics sont prévus, les organisateurs sont invités à dresser la liste de l'ensemble des événements et à identifier au cabinet ceux étant les plus opportuns.

Relations de presse

Mention du soutien offert par la Ville

Inclure une mention s'apparentant à : « [Nom de l'organisme organisateur] remercie la Ville de Québec pour son soutien dans la réalisation de [nom de l'événement] ».

- Si plusieurs partenaires doivent être remerciés, la Ville peut être énumérée avec les autres partenaires.
- Logo dans le communiqué :
 - Si telle est la pratique de l'organisme, l'ajout du logo de la Ville à celui des autres partenaires est acceptée.
 - Le positionnement du logo ne doit pas laisser entendre que la Ville organise l'événement, sauf si elle joue un rôle prépondérant par rapport aux autres partenaires.

Insertion d'une citation dans le communiqué

- Les organisateurs doivent adresser leur demande de citation de la Ville au cabinet de la mairie, selon les informations contenues à la section « Demandes au cabinet de la mairie ».
- Si plusieurs communiqués sont prévus, une citation dans chaque communiqué n'est pas nécessaire. Les organisateurs sont invités à dresser la liste de l'ensemble des communiqués et à identifier au cabinet ceux étant les plus opportuns.

Reddition de compte et bilan

- Catalogue des principaux éléments de visibilité : un document dressant la liste des principaux outils de communication réalisés et permettant d'observer la visibilité offerte à la Ville (positionnement du logo, captures d'écran, photos du matériel physique, etc.). Les images peuvent être placées en pièce jointe d'un courriel ou accessibles par un hyperlien.
- 5 à 10 photos de l'événement :
 - en formats portrait et paysage;
 - en haute résolution, utilisable pour l'imprimé et le numérique;
 - représentant l'ambiance et l'expérience vécue par les participants (pas de photos protocolaires ou comportant des élus);

- dont les figurants ont donné leur consentement ou font partie d'un groupe de plus de quatre personnes;
 - dont le nom des fichiers inclut le crédit photo à attribuer.
- Revue de presse : lorsque possible, la Ville souhaite recevoir une revue de presse comportant des hyperliens vers les articles ou les extraits partagés.
- Images vidéo de l'événement : applicable si l'organisateur prévoit déjà des prises d'images vidéo lors de l'événement. À des fins de promotion des événements se déroulant sur son territoire, la Ville souhaite pouvoir obtenir des images vidéo sur demande auprès de l'organisateur.
- Le tout doit être remis dans un délai de 90 jours après l'événement.

Langue

Lorsque le contenu de la communication est traduit en anglais par l'organisateur, les mots « City of Québec » doivent être utilisés pour nommer la Ville.

Le logo de la Ville est et demeure en français.

DEMANDES AU CABINET DE LA MAIRIE

Pour tout élément de communication impliquant un ou une élue de la Ville, les demandes doivent être adressées directement au cabinet de la mairie.

Contenu de votre demande

Votre demande doit contenir :

- Toutes les activités/moments pour lesquels vous demandez l'implication de l' élu;
- Les dates et les heures de ces activités;
- Un scénario préliminaire pour chacune de ces activités;
- La liste des dignitaires invités à ces activités (présence confirmée ou non);
- Toute autre information pertinente.

Transmettre votre demande

Vous devez transmettre votre demande à l'adresse courriel cabinetdelamairie@ville.quebec.qc.ca, en mettant en copie la personne responsable de votre événement à la Ville.

Votre demande doit être transmise au moins **30 jours ouvrables avant, dans la mesure du possible**, la date de la première activité planifiée.

RÉSUMÉ - RESPECT DES DÉLAIS

Type de demande	Délai à respecter, dans la mesure du possible
Informar la Ville des activités de communication et de leur diffusion (conférence de presse, etc.)	60 jours ouvrables avant la première activité de communication
Ajout de l'événement sur le site de Québec Animée	60 jours ouvrables avant la première activité de communication
Approbation de visuels	10 jours ouvrables avant leur envoi en impression ou leur mise en ligne
Demande au cabinet (communication impliquant un(e) élu(e))	30 jours ouvrables avant la date de l'activité planifiée