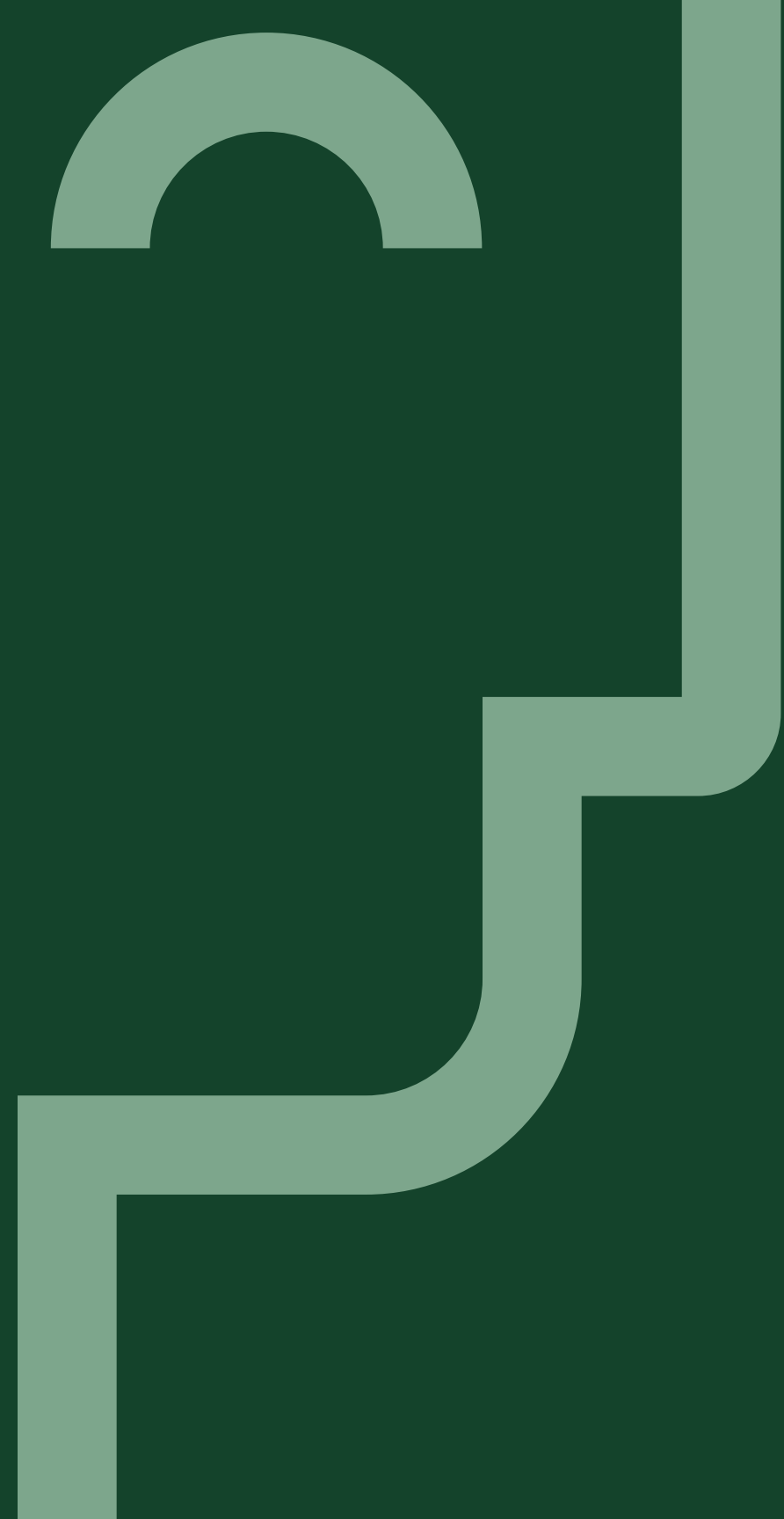


Région
des Sources



03.

**Notre manifeste de
marque**



Région des Sources

C'est un lieu singulier où se croisent sept municipalités à la fois uniques et tissées serrées.

C'est une terre de rencontres où l'on se reconnaît et où l'on se reconnecte. Un espace d'échanges sincères où l'on crée des liens puissants et durables.

C'est un endroit pour vivre et travailler autrement. Une région où l'on aime rêver, respirer et exprimer toute sa créativité.

C'est un coin de pays à dimension humaine où l'on transforme le quotidien en moments festifs. Une place où l'on s'enracine pour cultiver un mode de vie riche de sens.

C'est un lieu qui nous ramène à l'essentiel, à ce qui compte vraiment.

C'est ici, en plein cœur du Québec, vibrant au rythme des Cantons-de-l'Est.

La Région des Sources
Le monde s'y retrouve!

**Région
des Sources**



06.

Notre identité rédactionnelle

6. Notre identité rédactionnelle

Nom officiel

« Région des Sources » est le nom officiel de la marque.

Celui-ci est indissociable. Par exemple, il faut dire le territoire de la **Région des Sources** et non pas le territoire des Sources.

Les mots « **Région** » et « **Sources** » s'écrivent invariablement avec un **R** majuscule et un **S** majuscule, alors que le mot « **des** » doit être entièrement écrit en minuscules.

Langue

Le nom graphique de la marque ne se traduit pas.

Par contre, dans les textes courants anglophones, il sera possible de dire **Des Sources Region**. Dans ce cas, chacun des mots prendra une majuscule.

6. Notre identité rédactionnelle

Signature

Notre signature affirme notre promesse avec force et originalité.

Plus qu'une signature, c'est un concept de communication qui permet de multiples déclinaisons autour des mots *s'y retrouve*.

La Région des Sources
Le monde s'y retrouve

Tonalité

Notre tonalité rédactionnelle est le reflet de nos valeurs et de notre personnalité. Elle exprime l'atmosphère générale qui doit se dégager de nos communications. Que l'on s'adresse à d'actuels ou de futurs investisseurs, citoyens, travailleurs ou visiteurs, nous n'avons qu'un seul ton et parlons d'une seule et même voix.

Ainsi, dans l'ensemble de nos communications, nous nous exprimons avec sincérité et chaleur. Notre voix est résolument humaine. Elle inspire les passions et éveille la curiosité. Nous privilégions un ton enjoué, vivant, positif et convivial.

Nous parlons avec conviction et fierté, mais jamais avec arrogance.

6. Notre identité rédactionnelle

On parle au « ON »

Dans nos communications publicitaires, on parle au « on » plutôt qu'au « nous ». Pour être plus dynamique et avoir un meilleur impact.

Nous parlons au « Nous »

Dans nos documents stratégiques, nos rapports annuels et autres documents officiels, on opte pour le « Nous », pour plus de formalités.

On privilégie la simplicité

Chaque mot doit être utile et apporter quelque chose au texte et aux messages, autrement, on les retire. On choisit aussi des mots simples et précis, pour être compris de tous nos publics.

On privilégie les phrases courtes

On évite les phrases trop longues qui diluent l'essence de notre message.

On privilégie le temps présent

La rédaction permet au lecteur de mieux s'identifier au message.

On privilégie la forme positive

La forme positive permet de mieux engager le lecteur et de simplifier la lecture.

Par exemple, dans des énoncés de conditions, de règles et de recommandations, on permet plutôt que d'interdire. On évite la négation.

Éléments de langage

Pour bien exprimer l'esprit qui anime notre territoire et afin de raconter de manière cohérente, vivante et authentique les expériences qui y sont vécues, nous vous proposons une liste de mots-clés non exhaustive autour de 5 thématiques.

6. Notre identité rédactionnelle

Thématiques principales

Le vivre ensemble – la bienveillance – le sens du collectif

- Accepter / acceptation
- Accomplissement
- Accueil / accueillir
- Agir
- Aide / aider
- Altruisme
- Attention / attentif
- Bienveillance
- Bien-être
- Coeur
- Collaboration / collaboratif
- Collectif / collectivité
- Communauté
- Coopération
- Découverte
- Dialogue
- Droiture
- Échange / échanger
- Écoute
- Engagement
- Empathie
- Ensemble
- Entraide
- Équité
- Fidélité
- Générosité / généreux
- Honnêteté
- Humanisme
- Intégrité
- Intelligence collective
- Invitation
- Liens / lier
- Loyal / loyauté
- Membres
- Mise en commun / mettre en commun
- Mixité
- Monde
- Mutualisation / mutualiser / mutuel
- Ouverture
- Positif / positivisme
- Partage / partager
- Participation / participer / participatif
- Rassemblement / rassembler
- Réceptivité
- Relations
- Réseau
- Respect
- Soin / prendre soin
- Solidarité / solidaire
- Tolérance
- Trait d'union

6. Notre identité rédactionnelle

Thématiques principales

La convivialité – l’esprit festif – le partage – la famille

- Accueil / accueillant
- Accessible / accessibilité
- Aise / à votre aise
- Amical / amitié / entre amis
- Amuser / s’amuser
- Authentique / authenticité
- Chaleureux
- Chez-soi
- Communauté
- Convivial / convivialité
- Don / donner
- Enfants
- Échanger / échange
- Ensemble
- Fraternité
- Famille / en famille
- Festif / festoyer / fête / fêter
- Générations
- Heureux
- Hospitalité
- Humain
- Inviter / invitation
- Joie / joie de vivre
- Jovial / jovialité
- Invitation / inviter
- Liens
- Légèreté
- Maison / maisonnée
- Monde / mon monde
- Multigénération
- Partager
- Plaisir
- Rassemblement / rassembler
- Rencontre / rencontrer
- Relation
- Réjouissant / réjouissance
- Retrouver / retrouvailles
- Réunir
- Rire / rieurs
- Sincère / sincérité
- Simple / simplement
- Souriant / sourire
- Sympathique
- Tradition
- Vie / vivre
- Vrai

6. Notre identité rédactionnelle

Thématiques principales

L'équilibre – le bien-être

- Accord / en accord avec
- Agréable
- Apaisement / apaiser
- Apprécier
- Authentique / authenticité
- À son rythme
- Balance
- Bien / bien-être
- Bonheur
- Calme
- Choix
- Croissance
- Décompresser
- Énergie
- Épanouissement / épanoui / épanouir
- Équilibre / équilibré
- Essentiel
- Être / être bien / être soi-même
- Harmonie
- Heureux
- Mode de vie
- Paix
- Pureté
- Plénitude
- Prendre son temps
- Profiter
- Quête
- Ralentir
- Relaxer
- Respirer
- Ressentir
- Ressourcer / ressourcement
- Santé
- Satisfaction
- S'écouter
- Sérénité
- Se retrouver
- Sens
- S'émerveiller
- S'épanouir
- Simple / simplicité
- Tissu social
- Tranquille / tranquillité
- Temps / prendre son temps / avoir du temps / se donner du temps
- Vie
- Vitalité / vivacité
- Vivre

6. Notre identité rédactionnelle

Thématiques secondaires

Innovation – idéalisme – mobilisation

- Adaptivité / s'adapter
- Astucieux / astuce
- Attractif / attirer
- Audace
- Avancer / aller de l'avant
- Coeur
- Convaincu
- Créativité / créatif / création
- Détermination / déterminé
- Énergie
- Entreprendre
- Épanouissement
- Espace
- Explorer
- Fertile
- Fier / fierté
- Force
- Fougue
- Habile
- Humble / humilité
- Idéalisme
- Idées
- Imagination
- Initiatives
- Intensité
- Inventivité
- Liberté
- Mise en commun
- Mobilisation / mobiliser
- Monde / monde de possibilités / monde des affaires
- Mouvement
- Nouveautés / nouvelles façons
- Opportunités
- Ouverture
- Originalité
- Positif / positivisme
- Précurseur
- Proactif / proactivité
- Réinventer
- Rêver / rêve
- Réunir
- Réussir
- Résilience / résilient
- Ténacité
- Vision

6. Notre identité rédactionnelle

Thématiques secondaires

La nature – la biodiversité – la valorisation

- Agriculture / agricole
- Animaux / animals
- Avancement / avancé
- Bien / bien fait
- Ciel
- Créativité / créer
- Découverte / découvrir
- Développement / développement durable
- Dévoiler
- Diversité
- Durabilité
- Eau
- Élever
- Essor
- Espace
- Étoile / étoilé
- Faune
- Flore
- Force
- Forêt
- Harmonie
- Herbe / herboriste
- Imaginer
- Magnifier
- Monde
- Nature / naturel
- Noblesse
- Pérennité
- Possibilités
- Potentiel
- Pousse
- Progrès
- Pur / pureté
- Qualité / qualité durable
- Respect
- Révéler
- Sain
- Santé
- Semences
- Sentiers
- Solide / solidité
- Terre / terreau
- Transformation
- Végétal
- Vitalité
- Vie / vivant

6. Notre identité rédactionnelle

Titres conceptuels selon les cibles

Résidents

Votre recherche d'espace pour la famille s'y retrouve.

Tout ce dont vous rêvez pour votre petite famille s'y retrouve.

Votre petit monde s'y retrouve.

Travailleurs

Votre besoin de changer d'air s'y retrouve.

Les conditions pour vous épanouir s'y retrouvent.

Entreprises

Vos plus grandes ambitions d'affaires s'y retrouvent.

L'espace pour créer et réussir s'y retrouve.

Le monde des affaires s'y retrouve.

L'innovation agricole s'y retrouve.

Touristes

Votre envie d'émerveillement s'y retrouve.

Votre envie d'aventures en nature s'y retrouve.

Votre besoin d'évasion s'y retrouve.

Région
des Sources

