CBC Radio-Canada

Diane Ferguson <diane.ferguson@cbc.ca>

s.19(1)

Image de marque Radio-Canada // Radio-Canada Branding

1 message

Bill Chambers <bill.chambers@cbc.ca> Mon, Jun 10, 2013 at 6:10 PM
To: Brian Mitchell <bmitchell@mitchellgattuso.com>, George Cooper , "Gingras, Pierre" , "Larkin, Marni" , LEIER , "McCaw, Maureen" Peter Dominic Charbonneau <pcharbonneau@skypointcorp.com>, Remi Racine Ted Boyd <ted.boyd@oneadvertising.ca>, Tricia McIver , Vivian Bercovici <vbercovici@heenan.ca>
Cc: Tranquillo Marrocco <tranquillo.marrocco@cbc.ca>, Louis Lalande <louis.lalande@radio-canada.ca>, Steven Guiton <steven.guiton@cbc.ca>, SUZANNE MORRIS <suzanne.morris@cbc.ca>, Stephanie Duquette <stephanie.duquette@radio-canada.ca>, Shaun Poulter <shaun.poulter@cbc.ca>, ROULA ZAAROUR <roula.zaarour@radio-canada.ca>, Neil McEneaney <neil.mceneaney@cbc.ca>, Michael Mooney <michael.mooney@cbc.ca>, Maryse Bertrand <maryse.bertrand@radio-canada.ca>, Martine Menard <martine.menard@cbc.ca>, MARIE-CLAUDE FERLAND <marie-claude.ferland@radio-canada.ca>, Lynn Hupe <lynn.hupe@cbc.ca>, "Lang, Jennifer" <jennifer.lang@cbc.ca>, "LAMARRE-CLICHE, EMMANUELLE" <elcliche@radio-canada.ca>, Hubert T Lacroix <ht.lacroix@cbc.ca>, FRANCINE LEFEBVRE <francine.lefebvre@cbc.ca>, Diane Ferguson <diane.ferguson@cbc.ca>, Guylaine Bergeron <guylaine.bergeron@radio-canada.ca>, Chuck Thompson <chuck.thompson@cbc.ca>, Bridget Hoffer <bridget.hoffer@cbc.ca>

Pursuant to our discussion this morning, the attached press release was issued today in order to further clarify the situation surrounding the branding of our services at Radio-Canada.

Bill

****

Suite à notre discussion ce matin, le communiqué de presse ci-joint a été émis aujourd'hui avec le but de clarifier davantage la situation entourant la marque de nos services à Radio-Canada.

Bill

W. B. Chambers
Vice président/Vice-President,
Brand, Communications, Corporate Affairs/ Image de marque, Communication, Affaires institutionnelles
CBC/Radio-Canada
tel. 613 288-6181
cell. 416 427-8485
e: bill.chambers@cbc.ca
visit: www.cbc.radio-canada.ca

2 attachments

Communiqué_ICI_10juin2013.pdf
825K

ICI Radio-Canda_ANGfinal_2 (1).pdf
826K

ICI RADIO-CANADA
À L'ÉCOUTE DE SON PUBLIC

Lundi 10 juin 2013 – « Nous sommes désolés de la confusion qui s'est créée dans l'esprit des gens autour de l'introduction du terme ICI comme dénominateur commun de toutes nos plateformes. Notre objectif n'a jamais été d'évacuer Radio-Canada et tout ce qu'elle représente. Cependant, Radio-Canada a bien entendu le message que le public nous envoie depuis quelques jours. Nous prenons acte de son attachement profond à tout ce que Radio-Canada signifie ». C'est ainsi que le président-directeur général de CBC/Radio-Canada, Hubert T. Lacroix, a présenté trois modifications aux identifications projetées des plateformes de Radio-Canada. Ainsi, la Télévision de Radio-Canada sera désignée comme **ICI Radio-Canada Télé**, la Première Chaîne de la Radio comme **ICI Radio-Canada Première** et le site internet, **ICI Radio-Canada.ca**.

Les autres applications de l'identité de marque ICI se déploieront au cours des prochains mois pour assurer au diffuseur public un lien cohérent et porteur d'avenir pour désigner l'ensemble des initiatives de Radio-Canada dans un univers médiatique qui ne cesse de s'étendre et de se diversifier.

Hubert T. Lacroix ajoute : « ICI vise à resserrer les liens qui unissent les citoyens aux diverses plateformes de Radio-Canada. Elle s'inscrit parfaitement dans les priorités de notre plan 2015 qui a pour but de nous rapprocher des Canadiens d'un bout à l'autre du pays et d'approfondir ce lien émotionnel d'appartenance qu'ils ont pour le diffuseur public. »

Le vice-président principal de Radio-Canada, Louis Lalande, a rappelé que la nouvelle identité de marque ICI Radio-Canada n'est qu'un aspect d'un exercice beaucoup plus large et plus profond : « À tous les niveaux de l'entreprise, Radio-Canada travaille à se redéfinir pour demeurer un diffuseur public pertinent qui pense, produit et distribue avec efficacité des contenus dans un univers multiplateforme. Déjà, une grande part des auditoires ne consomme plus ces produits de façon traditionnelle. ICI est un dénominateur commun qui s'impose pour identifier tout ce qu'on fait dans un marché médiatique en pleine explosion. »

Les diverses applications de l'identité de marque seront introduites progressivement.
Vous les trouverez sur la page en annexe.

- 30 -

Source : *Marc Pichette*
Directeur
Relations publiques, promotion et partenariats
Communications
514-597-4140

Nouvelle architecture de marque

Services français de CBC/Radio-Canada

CBC Radio-Canada

Marque institutionnelle
de l'entreprise entière

Radio-Canada

Marque institutionnelle
des Services français

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

5 juin
devient

ICI RADIO-CANADA

Représente l'ensemble
des Services français

RADIO
PREMIÈRE CHAÎNE

19 août
devient

ICI RADIO-CANADA PREMIÈRE

TÉLÉVISION

9 septembre
devient

ICI RADIO-CANADA TÉLÉ

19 août
début

ICI ACADIE

ICI ALBERTA

.ca

octobre 2013
devient

ICI RADIO-CANADA.CA

artv

décembre 2013
devient

ICI artv

EXPLORA

décembre 2013
devient

ICI EXPLORA

RDI

janvier 2014
devient

ICI RDI

TOU.TV

février 2014
devient

ICI TOU.TV

ESPACE MUSIQUE

à venir
devient

ICI MUSIQUE

espace.mu

à venir
devient

ICI.MU

ICI RADIO-CANADA:
WE'VE HEARD YOU

Monday, July 10, 2013 – "We apologize for the confusion that was created in people's minds when we introduced the term ICI as a common denominator for all of our platforms. Our intention was never to distance ourselves from Radio-Canada and everything it represents. However, Radio-Canada has heard the message loud and clear that the public has been sending us over the past few days. We recognize people's powerful connection to everything that Radio-Canada stands for." That's how CBC/Radio-Canada President and CEO Hubert T. Lacroix presented three changes to the new signatures announced for Radio-Canada platforms: Télévision de Radio-Canada will be designated as **ICI Radio-Canada Télé**, the Première Chaîne radio network as **ICI Radio-Canada Première,** and the Radio-Canada website as **ICI Radio-Canada.ca**.

Other applications of the ICI brand identity will be rolled out over the coming months to ensure that the public broadcaster has a consistent, forward-looking identifier to designate Radio-Canada's full range of initiatives in an ever-expanding and diversifying media environment.

"ICI aims to strengthen the ties that unite Canadians across Radio-Canada's various platforms," added Hubert T. Lacroix. "It fits perfectly with the priorities of our 2015 strategic plan, whose goal is to bring us closer to Canadians from coast to coast and enhance the emotional bond they have with the public broadcaster."

Radio-Canada Executive Vice-President Louis Lalande reiterated that the new ICI Radio-Canada brand identity is but one aspect of a much broader and extensive exercise: "All across the organization, Radio-Canada is working to redefine itself in order to remain a relevant public broadcaster that thinks about, produces and delivers content effectively in a multiplatform world. A large part of our audience no longer consumes these products in a traditional manner. That's why it's essential for us to adopt a common denominator like ICI to identify everything we're doing in a rapidly evolving media market."

The various brand identity applications will be introduced on a gradual basis. They can be found on the attached page.

- 30 -

Contact: *Marc Pichette*
Director
Public Relations, Promotions and Partnerships
Communications
514-597-4140

New Brand Architecture

CBC/Radio-Canada French Services

CBC Radio-Canada — Corporate Brand

Radio-Canada — French Service"s Corporate Brand

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET	June 5 becomes	ICI RADIO-CANADA — Represents French Services
RADIO PREMIÈRE CHAÎNE	August 9 becomes	ICI RADIO-CANADA PREMIÈRE
TÉLÉVISION	September 9 becomes	ICI RADIO-CANADA TÉLÉ
	August 19 begin	ICI ACADIE ICI ALBERTA
.ca	October 2013 becomes	ICI RADIO-CANADA.CA
artv	December 2013 becomes	ICI ARTV
EXPLORA	December 2013 becomes	ICI EXPLORA
RDI	January 2014 becomes	ICI RDI
TOU.TV	February 2014 becomes	ICI TOU.TV
ESPACE MUSIQUE	TBD becomes	ICI MUSIQUE
espace.mu	TBD becomes	ICI.MU

s.19(1)

CBC Radio-Canada

Diane Ferguson <diane.ferguson@cbc.ca>

Material for Monday's Briefing Call // Document pour la session d'information lundi

1 message

Bill Chambers <bill.chambers@cbc.ca> Sun, Jun 9, 2013 at 2:54 PM
To: Brian Mitchell <bmitchell@mitchellgattuso.com>, George Cooper
"Gingras, Pierre" "Larkin, Marni" LEIER
, "McCaw, Maureen" Peter Dominic Charbonneau
<pcharbonneau@skypointcorp.com>, Remi Racine , Ted Boyd
<ted.boyd@oneadvertising.ca>, Tricia McIver Vivian Bercovici <vbercovici@heenan.ca>
Cc: Tranquillo Marrocco <tranquillo.marrocco@cbc.ca>, Louis Lalande <louis.lalande@radio-canada.ca>, "LAMARRE-CLICHE, EMMANUELLE" <elcliche@radio-canada.ca>, MARIE-CLAUDE FERLAND <marie-claude.ferland@radio-canada.ca>, Maryse Bertrand <maryse.bertrand@radio-canada.ca>, Michael Mooney <michael.mooney@cbc.ca>, Shaun Poulter <shaun.poulter@cbc.ca>, ROULA ZAAROUR <roula.zaarour@radio-canada.ca>, Stephanie Duquette <stephanie.duquette@radio-canada.ca>, SUZANNE MORRIS <suzanne.morris@cbc.ca>, Steven Guiton <steven.guiton@cbc.ca>, Neil McEneaney <neil.mceneaney@cbc.ca>, Martine Menard <martine.menard@cbc.ca>, Lynn Hupe <lynn.hupe@cbc.ca>, "Lang, Jennifer" <jennifer.lang@cbc.ca>, Hubert T Lacroix <ht.lacroix@cbc.ca>, FRANCINE LEFEBVRE <francine.lefebvre@cbc.ca>, Diane Ferguson <diane.ferguson@cbc.ca>

Please find attached a presentation that Hubert will refer to on the Board call tomorrow (we'll guide you through the French bits on the call).
Regards,
Bill

****

Veuillez trouver ci-joint une présentation qui fera l'objet de l'appel du Conseil demain.
Salutations,
Bill

--
W. B. Chambers
Vice président/Vice-President,
Brand, Communications, Corporate Affairs/ Image de marque, Communication, Affaires institutionnelles
CBC/Radio-Canada
tel. 613 288-6181
cell. 416 427-8485
e: bill.chambers@cbc.ca
visit: www.cbc.radio-canada.ca

HTL_10juin2013.pdf
6508K

ICI RADIO-CANADA

ARCHITECTURE ACTUELLE

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

TÉLÉVISION

RDI

EXPLORA

ARTV

LA RADIO DE RADIO-CANADA

90,7 FM PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE 100,7 FM

BANDE À PART

.ca

TOU.TV

espace.mu

ARCHITECTURE ACTUELLE

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

s.21(1)(a)
s.21(1)(b)

TÉLÉVISION

RDI

EXPLORA

ARTV

LA RADIO
DE RADIO-CANADA

90,7 FM
PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE
100,7 FM

BANDE À PART

.ca

TOU.TV

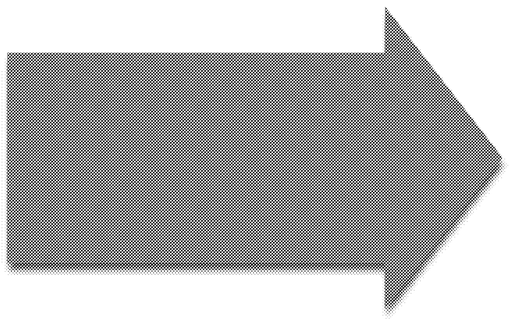
espace.mu

VOICI CE QUE NOTRE AUDITOIRE PENSAIT DE NOTRE LANGUAGE VISUEL

s.18(a)
s.21(1)(b)

s.21(1)(d)

Radio-Canada paraît



000010

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

Marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

Marque publique des Services français

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

devient

ICI RADIO-CANADA

ICI

CBC Radio-Canada

Marque institutionnelle.
de l'entreprise entière

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

5 juin
devient

ICI RADIO-CANADA

Représente l'ensemble des
Services français

RADIO
PREMIÈRE CHAÎNE

19 août
devient

ICI Première

TÉLÉVISION

9 septembre
devient

ICI TÉLÉ

19 août
début

ICI acadie

ICI ottawa–gatineau

ICI [région]

ICI COLOMBIE-BRITANNIQUE–YUKON

ICI ALBERTA

ICI SASKATCHEWAN

ICI MANITOBA

ICI ONTARIO

ICI OTTAWA–GATINEAU

ICI TORONTO

ICI WINDSOR

ICI SUDBURY

ICI NORD DE L'ONTARIO

ICI ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

ICI RIVE-NORD

ICI RIVE-SUD

ICI ESTRIE

ICI MAURICIE–CENTRE-DU-QUÉBEC

ICI QUÉBEC

ICI SAGUENAY–LAC-SAINT-JEAN

ICI EST DU QUÉBEC

ICI CÔTE-NORD

ICI BAS-SAINT-LAURENT

ICI GASPÉSIE–ÎLES-DE-LA-MADELEINE

ICI ACADIE

ICI NOUVELLE-ÉCOSSE

ICI ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

ICI TERRE-NEUVE

ICI NOUVEAU-BRUNSWICK

.ca

octobre 2013
devient

ICI.ca

artv

décembre 2013
devient

ICI artv

EXPLORA

décembre 2013
devient

ICI EXPLORA

RDI

janvier 2014
devient

ICI RDI

TOU.TV

février 2014
devient

ICI TOU.TV

ESPACE MUSIQUE

à venir
devient

ICI MUSIQUE

espace.mu

à venir
devient

ICI.MU

OBJECTIF: UNE ASSOCIATION AVEC LA CHAÎNE SPONTANÉE ET CLAIRE

ICI TÉLÉ

ICI Première

ICI.ca

ICI RDI

ICI musique

ICI TOU.TV

ICI artv

ICI.mu

ICI explora

MESSAGES
RADIO

CBC Radio-Canada

Diane Ferguson <diane.ferguson@cbc.ca>

s.19(1)

Image de marque Radio-Canada // Radio-Canada Branding

1 message

Bill Chambers <bill.chambers@cbc.ca> Fri, Jun 7, 2013 at 11:49 AM
To: Brian Mitchell <bmitchell@mitchellgattuso.com>, George Cooper
"Gingras, Pierre" , "Larkin, Marni" LEIER
"McCaw, Maureen" Peter Dominic Charbonneau
<pcharbonneau@skypointcorp.com>, Remi Racine , Ted Boyd
<ted.boyd@oneadvertising.ca>, Tricia McIver , Vivian Bercovici <vbercovici@heenan.ca>
Cc: Diane Ferguson <diane.ferguson@cbc.ca>, Maryse Bertrand <maryse.bertrand@radio-canada.ca>, Lynn Hupe <lynn.hupe@cbc.ca>, MARIE-CLAUDE FERLAND <marie-claude.ferland@radio-canada.ca>, FRANCINE LEFEBVRE <francine.lefebvre@cbc.ca>, Hubert T Lacroix <ht.lacroix@cbc.ca>, Louis Lalande <louis.lalande@radio-canada.ca>, Stephanie Duquette <stephanie.duquette@radio-canada.ca>, Tranquillo Marrocco <tranquillo.marrocco@cbc.ca>, "LAMARRE-CLICHE, EMMANUELLE" <elcliche@radio-canada.ca>, "McEneaney, Neil" <neil.mceneaney@cbc.ca>, "Lang, Jennifer" <jennifer.lang@cbc.ca>, Steven Guiton <steven.guiton@cbc.ca>, ROULA ZAAROUR <roula.zaarour@radio-canada.ca>, SUZANNE MORRIS <suzanne.morris@cbc.ca>, "Mooney, Michael" <michael.mooney@cbc.ca>

Vous trouverez ci-joint les publicités actuellement en ondes. Elles sont évidemment uniquement en français. Veuillez noter qu'à la fin, l'accent est mis sur Radio-Canada.

Merci
Bill

****

Attached please find ads currently running on-air. They are of course in French only. Please note the sign-off is emphatically Radio-Canada.

Thanks
Bill

--
W. B. Chambers
Vice président/Vice-President,
Brand, Communications, Corporate Affairs/ Image de marque, Communication, Affaires institutionnelles
CBC/Radio-Canada
tel. 613 288-6181
cell. 416 427-8485
e: bill.chambers@cbc.ca
visit: www.cbc.radio-canada.ca

6 attachments

LANCEMENT ICI #1 15 SEC.mov
1220K

LANCEMENT ICI #2 15 SEC.mov
1235K

LANCEMENT ICI #3 15 SEC.mov
1281K

LANCEMENT ICI #4 15 SEC.mov
1291K

LANCEMENT ICI #5 15 SEC.mov
1288K

LANCEMENT ICI #6 15 SEC.mov
1284K

CBC Radio-Canada

Diane Ferguson <diane.ferguson@cbc.ca>

s.19(1)

Avis important // Important Notice

1 message

Bill Chambers <bill.chambers@cbc.ca> Thu, Jun 6, 2013 at 6:00 PM
To: Brian Mitchell <bmitchell@mitchellgattuso.com>, George Cooper
"Gingras, Pierre" · "Larkin, Marni" LEIER
, "McCaw, Maureen" Peter Dominic Charbonneau
<pcharbonneau@skypointcorp.com>, Remi Racine , Ted Boyd
<ted.boyd@oneadvertising.ca>, Tricia McIver , Vivian Bercovici <vbercovici@heenan.ca>
Cc: Tranquillo Marrocco <tranquillo.marrocco@cbc.ca>, Stephanie Duquette <stephanie.duquette@radio-canada.ca>, Maryse Bertrand <maryse.bertrand@radio-canada.ca>, Hubert T Lacroix <ht.lacroix@cbc.ca>
Bcc: diane.ferguson@cbc.ca

The attached oped was issued by Louis Lalande, Executive Vice-President French Services today to all major newspapers to clarify some of the confusion surrounding the branding of our services at Radio-Canada. Also attached is a graphic depiction of the changes announced yesterday.

Bill

****

L'article d'opinion ci-joint a été envoyé aujourd'hui par Louis Lalande, vice-président principal des Services français, à tous les journaux importants afin de clarifier la confusion entourant la marque de nos services à Radio-Canada. Vous trouverez également ci-joint un schéma éxpliquant les changements annoncés hier.

Bill

--
W. B. Chambers
Vice président/Vice-President,
Brand, Communications, Corporate Affairs/ Image de marque, Communication, Affaires institutionnelles
CBC/Radio-Canada
tel. 613 288-6181
cell. 416 427-8485
e: bill.chambers@cbc.ca
visit: www.cbc.radio-canada.ca

3 attachments

Lettre_ICI Radio-Canada francais.pdf
23K

Letter ICI Radio-Canada English.pdf
47K

Marque Radio-Canada (2) (1).pdf
396K

“ICI” STANDS FOR “ICI RADIO-CANADA”

In the wake of the announcement that we would be adding the term ICI to designate all CBC/Radio-Canada French Services platforms in our marketing, I wanted to correct certain misperceptions that it involved a name change for the organization. It doesn’t. The organization is called Radio-Canada. On my new business card, and those of all my colleagues you will find the words “Ici Radio-Canada.” We are immensely proud of our name and its heritage.

Our mediascape is rapidly evolving, driven by the proliferation of TV specialty channels and the rise of digital platforms such as the web and mobile apps. Content is everywhere. Radio-Canada already offers four TV networks, two radio networks, and four digital platforms. Others will surely be added down the road. In order to fulfill our mission as Canada’s public broadcaster, we need to keep up the pace of change and ensure that Canadians know about the services we offer and how to find them.

In this context, adopting a simple, consistent brand identity – a common denominator for all Radio-Canada platforms – is necessary to ensure a strong place for the public broadcaster and its distinctive content, as well as reflect the full scope and variety of the vehicles it uses to serve audiences from coast to coast. Radio-Canada is making this change today with an eye to the future.

The French term ICI means "here", "now" and "in the moment" all in one. We have been using it in conjunction with Radio-Canada since the 1930’s. So the choice of the term ICI is inextricably linked to the fact that the Radio-Canada logo – the gem - is one of the country’s most universally recognized symbols. Research has conclusively found that ICI coupled with the gem is synonymous with “Radio-Canada” – that it’s a fresh, updated version of our familiar signature. So we will continue to use ICI with Radio-Canada but will now also use it with, for instance, our radio network, Espace Musique, which will now be branded ICI Musique; and our specialty tv channel ARTV will now be ICI ARTV. Radio-Canada doesn’t go away, ICI is added.

Change always generates a reaction. I’m not going to play down the extent of it. However, I’m confident that as the new identity begins to take shape on TV, radio and the web, there will be no doubt in the mind of French-speaking Canadians across the country that ICI stands for “Ici Radio-Canada.”

Louis Lalande
Executive Vice-President
CBC/Radio-Canada French Services

CBC Radio-Canada

ICI, C'EST ICI RADIO-CANADA

Jeudi 6 juin 2013 – Dans la foulée de l'annonce officielle de l'adoption du terme ICI pour désigner toutes les plateformes des Services français de Radio-Canada, il me paraît important de corriger certaines perceptions à l'effet qu'il s'agirait d'un changement du nom de l'entreprise. Il n'en est rien. Au contraire, l'entreprise continue de s'appeler Radio-Canada. Sur ma carte d'affaire ainsi que sur celles de tous mes collègues, on pourra lire avec fierté Ici Radio-Canada.

Notre univers médiatique est en pleine transformation. La prolifération des chaînes spécialisées en télé et la place croissante du web et des applications mobiles sont au cœur de cette évolution. Les contenus sont de plus en plus dispersés. Les Services français de Radio-Canada proposent déjà quatre chaînes de télé, deux chaînes de radio et quatre plateformes numériques. D'autres s'ajouteront sans doute. Il s'agit d'une tendance lourde que nous devrons suivre pour continuer à remplir pleinement notre mission de diffuseur public auprès des Canadiens

Dans ce contexte, l'adoption d'une identité de marque simple et cohérente, dénominateur commun à toutes les plateformes de Radio-Canada, s'impose pour assurer la place du diffuseur public et des contenus qui le distinguent, pour témoigner de l'amplitude et de la diversité des véhicules avec lesquels il dessert ses auditoires d'un océan à l'autre. C'est en fonction de l'avenir que Radio-Canada opère dès aujourd'hui ce virage.

Le choix du terme ICI est indissociable du fait que la molécule de Radio-Canada est l'un des symboles les plus universellement reconnus au pays. Tous les groupes témoins à qui nous avons soumis cette proposition ont conclu qu'ICI lié à la molécule est synonyme d'Ici Radio-Canada, qu'il en représente l'expression moderne et conviviale.

Toute évolution provoque des réactions. Je ne vais pas minimiser la portée de celle-ci. Cependant, j'ai la conviction qu'au fur et à mesure où elle se concrétisera à la radio, à la télé et sur le web, il ne subsistera aucun doute dans l'esprit des francophones d'un bout à l'autre du pays: ICI, c'est Ici Radio-Canada.

Louis Lalande
Vice-président principal de Radio-Canada

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

Marque institutionnelle
des Services français

Radio-Canada

Marque publique des Services français

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

devient

ICI RADIO-CANADA

CBC Radio-Canada

Marque institutionnelle. Radio-Canada est une entreprise qui possède un ensemble de médias.

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

5 juin
devient

ICI RADIO-CANADA

Représente l'ensemble des Services français

RADIO
PREMIÈRE CHAÎNE

19 août
devient

ICI Première

Le nouveau nom de la Première chaîne Radio de Radio-Canada

TÉLÉVISION

9 septembre
devient

ICI TÉLÉ

Le nouveau nom de la Télévision de Radio-Canada

19 août
début

ICI acadie

ICI ottawa–gatineau

Elle désigne :
- des lieux
- des équipes
- des contenus
- **jamais une chaîne**

Radio-Canada.ca .ca

octobre 2013
devient

ICI.ca

artv

décembre 2013
devient

ICI artv

explora

décembre 2013
devient

ICI explora

RDI

janvier 2014
devient

ICI RDI

TOU.TV

février 2013
devient

ICI TOU.TV

ESPACE MUSIQUE

à venir
devient

ICI MUSIQUE

espace.mu

à venir
devient

ICI.MU

CBC Radio-Canada

Diane Ferguson <diane.ferguson@cbc.ca>

Information session via conference call / Session d'information par conférence téléphonique du Conseil

s.19(1)

1 message

Diane Ferguson <diane.ferguson@cbc.ca> Fri, Jun 7, 2013 at 11:09 AM
To: "Bercovici, Vivian (Heenan Blaikie)" <vbercovici@heenan.ca>, "Boyd, Ted" <ted.boyd@oneadvertising.ca>, "Charbonneau, Peter" <pcharbonneau@skypointcorp.com>, "Cooper, George T." "Gingras, Pierre" , Hubert T Lacroix <ht.lacroix@cbc.ca>, "Larkin, Marni" "Leier, Terrence" "McCaw, Maureen" , "McIver, Tricia" , "Mitchell, Brian" <bmitchell@mitchellgattuso.com>, "Racine, Rémi"
Cc: "Lalande, Louis" <louis.lalande@radio-canada.ca>, Bill Chambers <bill.chambers@cbc.ca>, Maryse Bertrand <maryse.bertrand@radio-canada.ca>, Guylaine Bergeron <guylaine.bergeron@radio-canada.ca>, "Duquette, Stephanie" <stephanie.duquette@radio-canada.ca>, "LAMARRE-CLICHE, EMMANUELLE" <elcliche@radio-canada.ca>, "LEFEBVRE, FRANCINE" <francine.lefebvre@cbc.ca>, Ginette DeGuise <ginette.deguise@radio-canada.ca>, "Brule, Jocelyne_J" <jocelyne_j.brule@radio-canada.ca>, "Chamberot, Tanya" <tanya.chamberot@cbc.ca>, " MARIE-CLAUDE FERLAND <marie-claude.ferland@radio-canada.ca>

An information session for Board members on French Services Brand Architecture will be held by conference call on Monday, June 10, 2013, starting at 10:00 am (Ottawa time).

Dial-in:
1-866-797-9098 - Conference ID: s.16(2)(c)
International Dial-in : 00-800-7279-1460 - Conference ID:

You will find attached some relevant documentation.

****

Une session d'information à l'intention des membres du Conseil d'administration sur l'Image de marque des Services français aura lieu ce lundi 10 juin 2013, à compter de 10 h (heure d'Ottawa).

Numéro à composer:
1-866-797-9098 - # de conférence :
international : 00-800-7279-1460 - # de conférence :

Vous trouverez ci-joint la documentation pertinente.

3 attachments

Letter ICI Radio-Canada English.pdf
47K

Lettre_ICI Radio-Canada francais.pdf
23K

Marque Radio-Canada (2) (1).pdf
396K

ReCréer Radio-Canada

Repositioning Radio-Canada - Brand Architecture

Board of Directors, CBC/Radio-Canada

Montreal, February 20, 2013

REPOSITIONING RADIO-CANADA

Mission :

1. Investigate the current positioning of French Services brands.
2. Define a new positioning that must:
   - be aligned with *Everyone, Every way*
   - drive the organization forward
   - reflect both the high standards demanded of a Crown corporation and the cutting-edge nature expected of a media organization

000031

DIAGNOSTIC

RADIO-CANADA: FIRMLY ENTRENCHED AND

s.18(a)

s.21(1)(b)

s.18(b)

000033

RADIO-CANADA: FIRMLY ENTRENCHED AND

s.18(a)
s.21(1)(b)

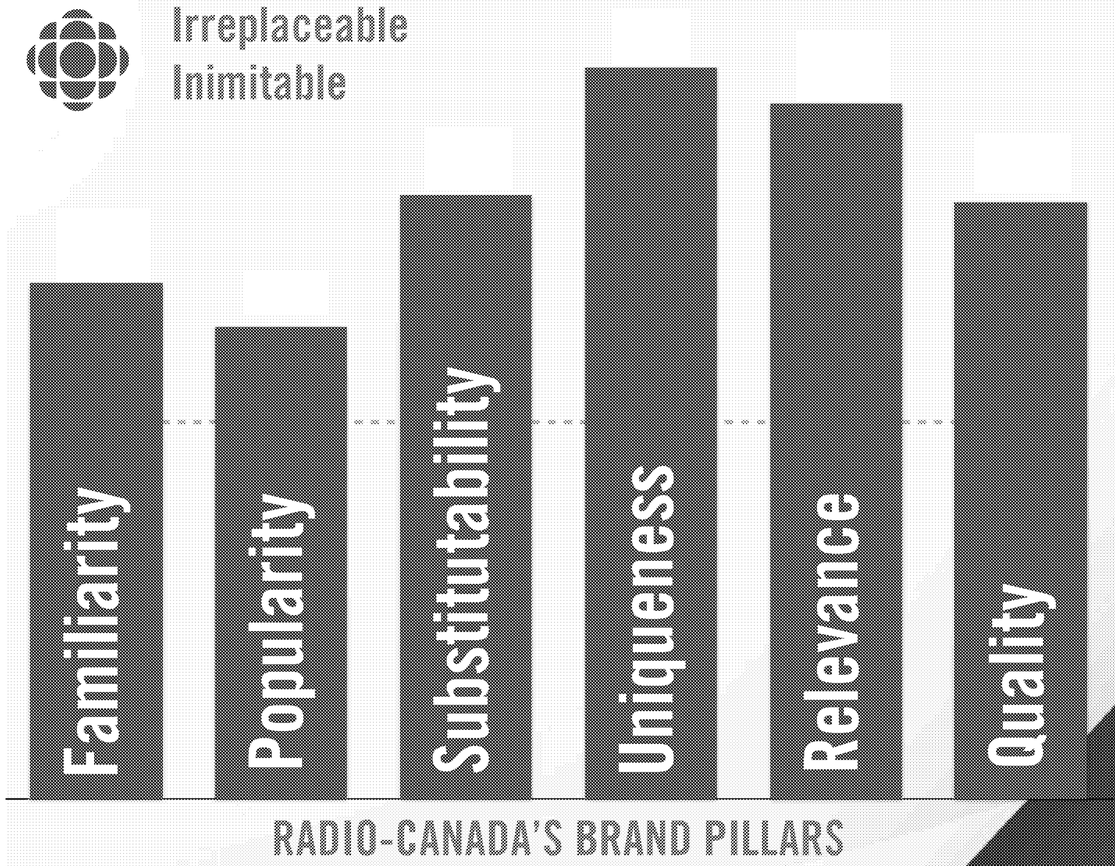
s.18(b)

000034

RADIO-CANADA: FIRMLY ENTRENCHED AND

s.18(a)
s.21(1)(b)

s.18(b)



000035

OUR RESULTS AT A GLANCE

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.18(b)

Radio-Canada....

000036

RADIO-CANADA IS

s.18(a)
s.21(1)(b)

s.18(b)

...speaks with young adults

000037

RADIO-CANADA IS

s.18(a)
s.18(b)

s.21(1)(b)

FINDINGS

Radio-Canada is perceived as a strong brand and a key purveyor of Canadian culture, but :

000039

THE POSITIONING

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

A NEW POSITIONING

RADIO-CANADA: MY LIVING SPACE

000041

000042

Action Plan

DATE	ACTIONS
January 15	Offical launch
January 15-31	Information sessions and meetings with executive directors
February-May	Departmental assimilation workshops for positioning
June 5	Public announcement of positioning and brand architecture : • Internal launch • Presentation to media • Presentation to advertisers • Image campaign

000043

THE NEW ARCHITECTURE

BRAND ARCHITECTURE

Mission :

1. Determine state of the current architecture
2. Simplify it
3. Reflect the new positioning
4. Brainstorm names
5. Create a system that charts the organization's future

000045

Current Architecture

CBC Radio-Canada

CBC

CBC

Canada lives here

CBC television

CBC news network

CBC radio

cbc.ca

CBC radio one

CBC radio 2

cbc player

documentary

CBC radio 3

CBC music

Current Architecture

CBC Radio-Canada

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

Current Architecture

CBC Radio-Canada

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

TÉLÉVISION

RDI

explora

Current Architecture

CBC Radio-Canada

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

TÉLÉVISION

RDI

explora

artv

LA RADIO
DE RADIO-CANADA

RADIO
PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE
MUSIQUE

BANDE À PART

000049

Current Architecture

CBC Radio-Canada

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

TÉLÉVISION

RDI

explora

artv

LA RADIO DE RADIO-CANADA

RADIO PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE

BANDE À PART

.ca

TOU.TV

espace.mu

000050

Examples

Bell Media

CTV

CTV NEWS CHANNEL

RDS / TSN

RDS2 TSN2

CTV two

CTV NEWS

RDS INFO

TSN RADIO 1290

Examples

BBC

Télévision

BBC one · BBC TWO · BBC three · BBC FOUR · CBBC · CBeebies · BBC HD · BBC ALBA

Radio

BBC RADIO 1 · 1Xtra · 2 · 3 · 4 · 4extra · 5 live · 5 live sports extra · 6music · Asian Network

000052

Examples

RTÉ

Télévision

RTÉ ONE

RTÉ TWO

Radio

RTÉ RADIO 1

RTÉ RADIO 1 extra

RTÉ 2fm

RTÉ RAIDIÓ NA GAELTACHTA

RTÉ lyric fm

Web

RTÉ GUIDE

RTÉ.ie

RTÉ AERTEL

Chaîne numériques

RTÉ CHOICE

RTÉ chill

RTÉ 2XM

RTÉ junior

RTÉ pulse

RTÉ GOLD

New Architecture

CBC Radio-Canada

New Architecture

CBC Radio-Canada

French Services' Corporate Brand

Radio-Canada

New Architecture

CBC Radio-Canada

French Services' Corporate Brand

Radio-Canada

French Services' Public Brand

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

000057

New Architecture

CBC Radio-Canada

French Services' Corporate Brand

Radio-Canada

French Services' Public Brand

ici

000058

New Architecture

ici

000059

New Architecture

ici

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé **ici** trésor **ici** artv **ici** rdi **ici** explora

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé ici trésor ici artv ici rdi ici explora

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé ici trésor ici artv ici rdi ici explora

000063

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé ici trésor ici artv ici rdi ici explora

Radio Brands

ici première ici musique

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé ici trésor ici artv ici rdi ici explora

Radio Brands

ici première ici musique

000065

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé ici trésor ici artv ici rdi ici explora

Radio Brands

ici première ici musique

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé ici trésor ici artv ici rdi ici explora

Internet and Digital Services Brands

ici tou.tv ici.ca ici.mu

Radio Brands

ici première ici musique

000067

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé ici trésor ici artv ici rdi ici explora

Internet and Digital Services Brands

ici tou.tv ici.ca ici.mu

Radio Brands

ici première ici musique

000068

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé ici trésor ici artv ici rdi ici explora

Internet and Digital Services Brands

ici tou.tv ici.ca ici.mu

Radio Brands

ici première ici musique

000069

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé ici trésor ici artv ici rdi ici explora

Regional Brands

ici Alberta ici Saskatchewan ici Manitoba ici Ontario ici ...

Internet and Digital Services Brands

ici tou.tv ici.ca ici.mu

Radio Brands

ici première ici musique

000070

New Architecture

ici

Television Brands

ici télé **ici** trésor **ici** artv **ici** rdi **ici** explora

Internet and Digital Services Brands

ici tou.tv **ici**.ca **ici**.mu

Radio Brands

ici première **ici** musique

Regional Brands

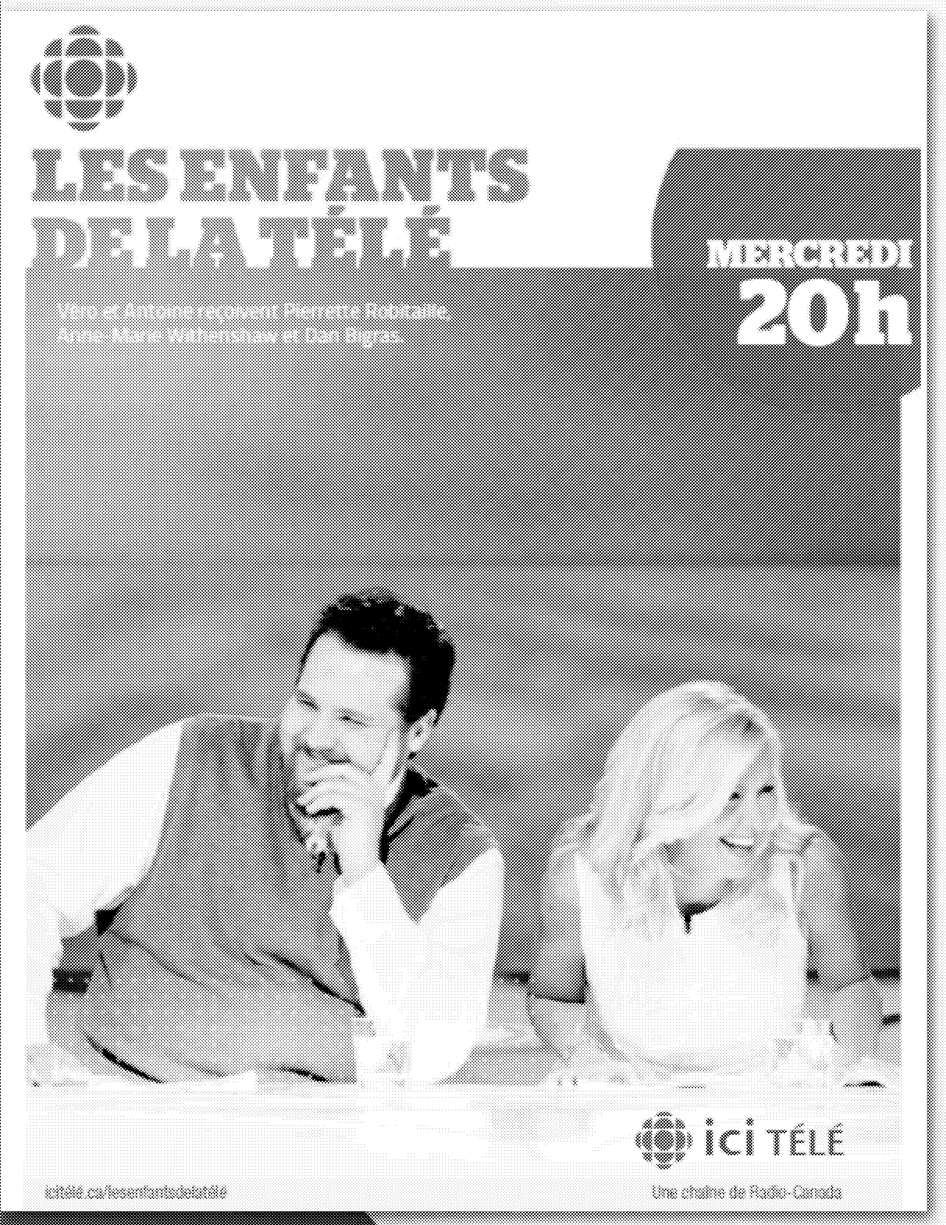
ici Alberta **ici** Saskatchewan **ici** Manitoba **ici** Ontario **ici** ...

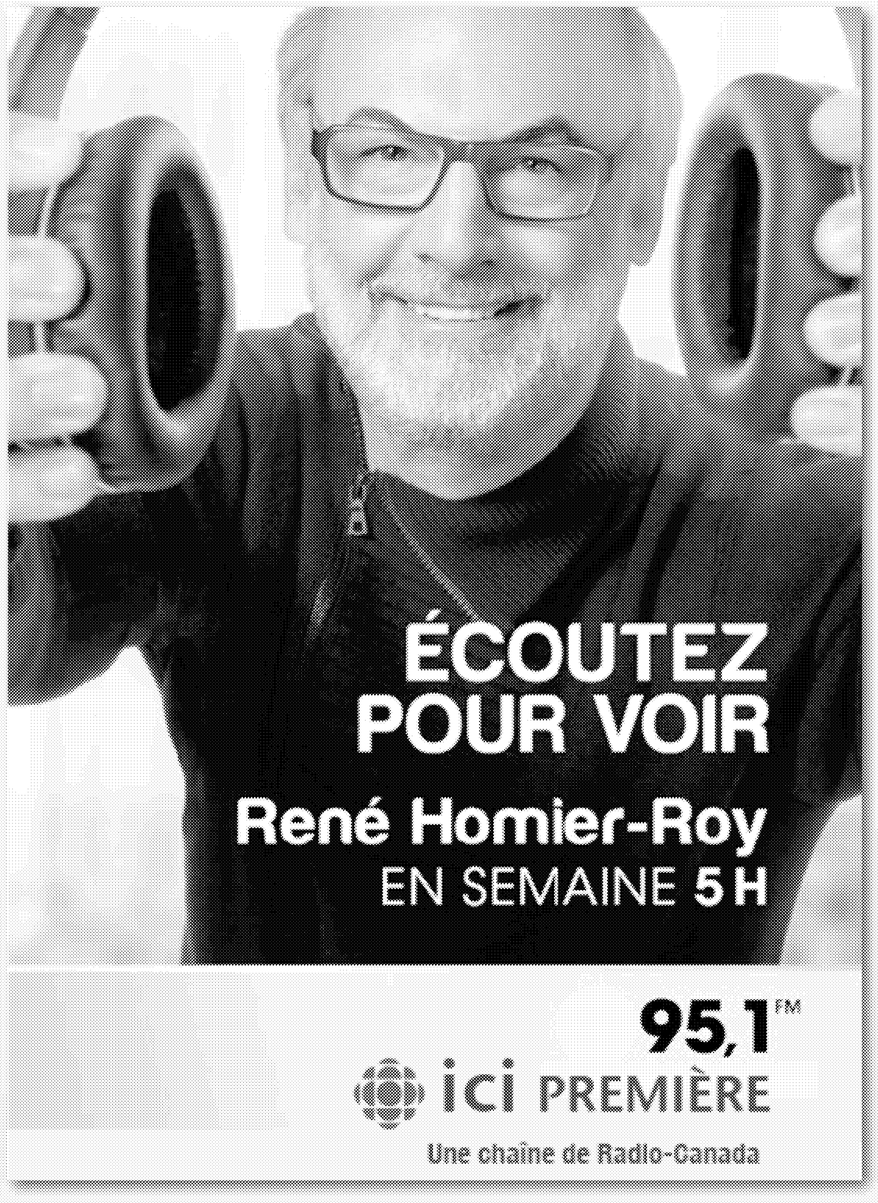
000071

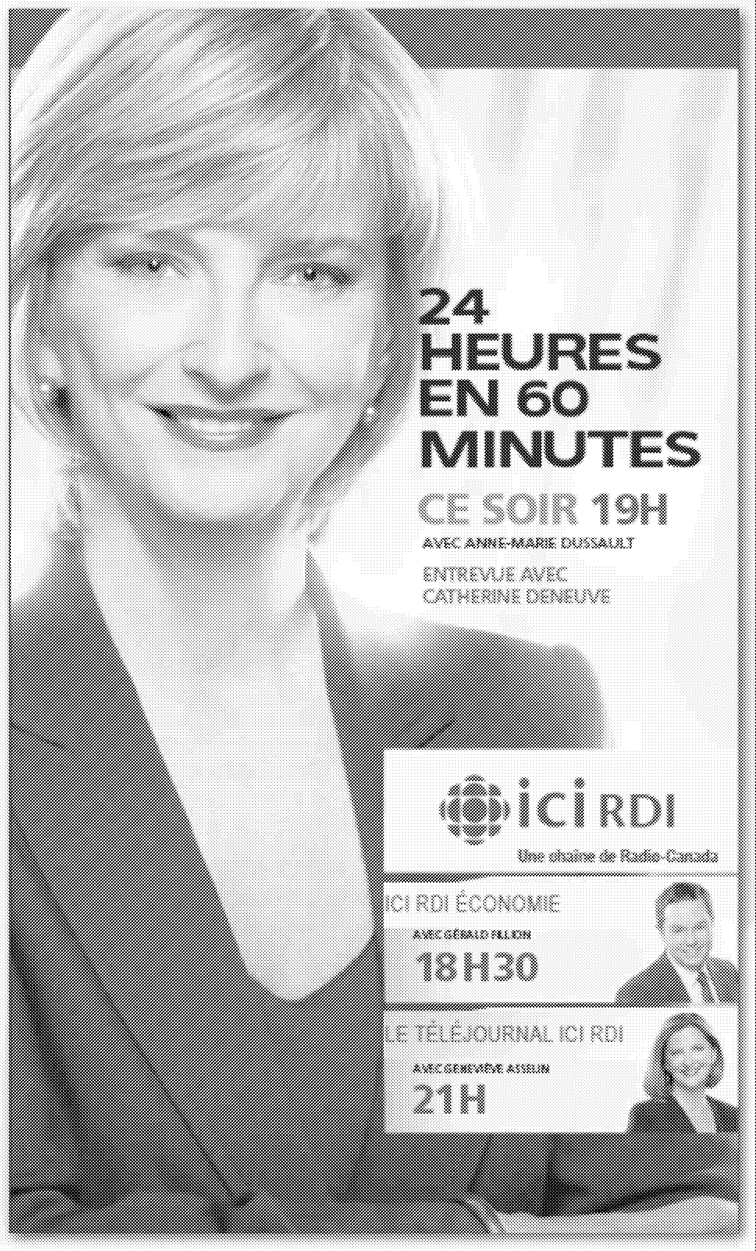
New Architecture

ici

000072


LES ENFANTS DE LA TÉLÉ
MERCREDI
20h
Véro et Antoine reçoivent Pierrette Robitaille,
Anne-Marie Withenshaw et Dan Bigras.
ici TÉLÉ
Une chaîne de Radio-Canada
icitélé.ca/lesenfantsdelatélé


ÉCOUTEZ POUR VOIR
René Homier-Roy
EN SEMAINE 5 H
95,1 FM
ici PREMIÈRE
Une chaîne de Radio-Canada


24 HEURES EN 60 MINUTES
CE SOIR 19H
AVEC ANNE-MARIE DUSSAULT
ENTREVUE AVEC CATHERINE DENEUVE
ici RDI
Une chaîne de Radio-Canada
ICI RDI ÉCONOMIE
AVEC GÉRALD FILLION
18H30
LE TÉLÉJOURNAL ICI RDI
AVEC GENEVIÈVE ASSELIN
21H

NEXT STEPS

- Public announcement in June
- Launch of image campaign
- Rollout schedule :
  - ARTV and Explora : **July**
  - Television (main network) : **August**
  - Première Chaîne : **August**
  - Radio-Canada.ca : **October**
  - RDI : **January**
  - Espace musique/Music : **TBD**
  - Tou.tv: **TBD**
  - Trésor: **TBD**

000074

ReCréer Radio-Canada

ici

Repositioning Radio-Canada - Brand Architecture

Board of Directors, CBC/Radio-Canada

Montreal, February 20, 2013

CBC Radio-Canada

CANADIAN BROADCASTING CORPORATION

STANDING COMMITTEES ON ENGLISH AND FRENCH LANGUAGE BROADCASTING

Minutes of the Meeting held on

February 20, 2013

Montreal, Quebec

Members of the Committees present:

Rémi Racine, Chairperson of the Committees
Hubert T. Lacroix, President and Chief Executive Officer
Edward Boyd
George Cooper
Pierre Gingras
Marni Larkin
Terrence Leier
Maureen McCaw
Patricia McIver
Brian Mitchell

Members of the Committees absent:

Peter Charbonneau

Presenting from French Services:

Louis Lalande, Executive Vice-President
Guylaine Bergeron, Executive Director, Communications and Branding
Marie-Philippe Bouchard, Executive Director, Music, Internet and Digital Services
Michel Cormier, Executive Director, News and Current Affairs
Marie Côté, Executive Director, Specialty Channels
Louise Lantagne, General Manager, Television
François Messier, Director, Sports Television
Patricia Pleszczynska, General Manager, Radio and Regional Services

Presenting from English Services:

Kirstine Stewart, Executive Vice-President
Chris Boyce, Executive Director, Radio and Audio
Julie Bristow, Executive Director, Studio and Unscripted Programming
Sally Catto, Executive Director, Commissioned and Scripted Programming
Jennifer McGuire, General Manager and Editor in Chief, CBC News and Centres
Jeffrey Orridge, Executive Director of Sports Properties

Trevor Pilling, Head of Sports Programming
Michael Serafini, Senior Director Video Content Scheduling, Network Programming

Also in attendance:

Maryse Bertrand, Vice-President, Real Estate, Legal Services and General Counsel
Bill Chambers, Vice-President, Brand, Communications and Corporate Affairs
Michael Mooney, Acting Vice-President and Chief Financial Officer
Roula Zaarour, Vice-President, People and Culture
Stéphanie Duquette, Chief of Staff to the President and CEO
Dany Harrison, General Manager, Productions, French Services
Tranquillo Marrocco, Associate Corporate Secretary
Fred Mattocks, General Manager, Media Operations and Technology
Neil McEneaney, Executive Director, Finance and Strategy, English Services
Benoit Villeneuve, Executive Director, Finance and Strategic Planning, French Services

---

Opening of the Meeting

At 1:40 p.m., the Chairperson called the meeting to order.

1. Adoption of the minutes

On a motion duly moved and seconded, **IT WAS RESOLVED**, – That the Minutes of the November 21, 2012, Committee meeting be approved.

2. French Services Brand Architectures

Guylaine Bergeron provided an overview of French Services' project aimed at restructuring its brand architecture, the results of the diagnostic brand study, the proposed brand re-positioning, the comparisons between the current and the new brand architectures, and the next steps.

Committee members inquired about how the French Services' "ICI" branding would evolve vis-à-vis the English Services' "CBC" branding.

3. Media Plans and Strategies

(a) French Services

Louis Lalande provided an overview of the French Services' Re-creating Radio-Canada Transformation Strategy, their accomplishments during the past fiscal year, and their operating environment.

Louise Lantagne reviewed the programming schedules, the viewership results, and how the television programs are evaluated. A video which highlighted the 2013 programs was presented.

Marie Côté provided an overview of the issues and challenges of *Trésor*, *Explora!* and *ARTV*.

Marie-Philippe Bouchard, together with Chris Boyce from English Services, reviewed the common French and English Services' music strategies and initiatives, and the lessons learned from working collaboratively. Committee members then inquired about the private broadcasters' music programming.

Marie-Philippe Bouchard provided an overview of French Services' digital offerings as well as the planned initiatives for *TOU.TV* and *Radio-Canada.ca*. A video which highlighted the digital platforms was presented.

Michel Cormier explained the approaches that will be taken in relation to offering comprehensive around-the-clock news coverage on multiple platforms, and ensuring a greater diversity of voices, including regional reflections in newscasts.

Patricia Pleszczynska reviewed the morning and evening radio strategy and programming as well as the local news and regional non-news programming strategies.

Louis Lalande concluded by highlighting the risks and opportunities faced by French Services in relation to the license renewal hearings, the collective bargaining structure review, and the Maison de Radio-Canada redevelopment initiative, as well as French Service's overall business and financial challenges.

Committee members inquired about the lessons learned from Rive-Sud/Rive-Nord projects, the provision of services to new communities, the regional expansion plans, the monetization of digital services, and the programming on RDI.

(b) English Services

Kirstine Stewart provided an overview of English Services' overarching direction and the significant changes in the industry. A video which highlighted the strategic thrusts of English Services was presented.

Michael Serafini reviewed the challenges, methodology and strategies relating to programme scheduling, as well as the impact of cuts on the programming schedule.

Jennifer McGuire highlighted the strategic directions and the programming initiatives for News and Current Affairs as well as for local and regional services. A video on news, current affairs and regional programming was presented.

Chris Boyce provided an overview of the audience results for radio and CBCmusic.ca and the impact of technological changes on the delivery of those services.

Sally Catto provided an overview of the programming relating to children, documentaries, drama and comedy. A video with clips of various scripted and commissioned programs was presented.

Julie Bristow provided an overview of the studio and unscripted programming direction. A video with clips of various studio and unscripted programs was presented.

Jeffrey Orridge and Trevor Pilling, together with François Messier from French Services, reviewed the plans for covering the Olympics Games and the collaboration efforts between the English and French Services. A video on the Olympic Games was presented.

Committee members inquired about other areas of collaboration (in addition to music and the Olympic Games) between English and French Services, the impact of holding the

rights to hockey and the Olympic Games, the ranking of the CBC brand and its impact on revenues, the diversity of voices metrics, and the role of the citizen-journalist in CBC\Radio-Canada's news programming.

4. Bringing News to Air

Jennifer McGuire and Michel Cormier explained how news are brought to air and how performance is measured. A video illustrating how news are brought to air was presented.

Committee members inquired about the delivery of news on multiple platforms and the opportunity of presenting business news relating to Canadian-made products.

5. Foreign Bureau Operations

Jennifer McGuire and Michel Cormier explained how the foreign bureaus are staffed and how English and French Services collaborate in gathering news abroad.

Committee members inquired about the number of bilingual foreign correspondents working for CBC\Radio-Canada

6. Information Items

a) Programming Briefs – French Services

b) Programming Briefs – English Services

Adjournment

At 6:30 p.m., the meeting was adjourned.

ICI RADIO-CANADA

Utilisation
des marques régionales

mai 2013
Robert Baron

s.21(1)(a)
s.21(1)(b)

LE CONTEXTE

Une vaste étude d'équité de marque a été menée et il en ressort que Radio-Canada est une marque forte, une des plus grandes au pays et un acteur important pour la culture canadienne. Toutefois, certains constants sont préoccupants, Radio-Canada n'est pas

C'est en prenant en considération ces points forts et faibles qu'un nouveau positionnement à été déterminé, il a pour objectif de faire de Radio-Canada un espace vivant.

Cet exercice souligne qu'un des avantages concurrentiels de Radio-Canada est sa présence en région.

L'exercice de repositionnement a aussi conduit une réflexion sur l'architecture de la marque. En cohérence avec le repositionnement, l'architecture donne une place plus importante aux marques régionales.

Voici quelle place nous leur ferons sur nos médias et dans nos communications.

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

Marque institutionnelle
des Services français

Radio-Canada

Marque publique des Services français

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

devient

ICI RADIO-CANADA

CBC Radio-Canada

Marque institutionnelle.
Radio-Canada est une
entreprise qui possède un
ensemble de médias.

CBC Radio-Canada

Adresse postale
CP 6000
Montréal QC H3C 3A8

Adresse civique et de livraison
1400 boul René-Lévesque E
Montréal QC H2L 2M2

Louis Lalande

Vice-président principal des Services français
Executive Vice-President of French Services

t 514.597.4779
louis.lalande@radio-canada.ca

ICI RADIO-CANADA

RADIO
PREMIÈRE CHAÎNE

19 août
devient

ICI RADIO-CANADA PREMIÈRE

Le nouveau nom de la Première chaîne Radio de Radio-Canada

TÉLÉVISION

9 septembre
devient

ICI RADIO-CANADA TÉLÉ

Le nouveau nom de la Télévision de Radio-Canada

19 août
début

ICI ACADIE

ICI OTTAWA–GATINEAU

Elle désigne :
- des lieux
- des équipes
- des contenus
- **jamais une chaîne**

Radio-Canada.ca .ca

octobre 2013
devient

ICI RADIO-CANADA.ca

artv

décembre 2013
devient

ICI artv

EXPLORA

décembre 2013
devient

ICI EXPLORA

RDI

janvier 2014
devient

ICI RDI

TOU.TV

février 2013
devient

ICI TOU.TV

ESPACE MUSIQUE

à venir
devient

ICI musique

espace.mu

à venir
devient

ICI.mu

ICI [_région_]

Elle désigne :

- des lieux
- des équipes
- des contenus

ICI [_région_]

Elle désigne :
- des lieux
- des équipes
- des contenus

LES LIEUX

Le choix des noms des marques régionales sont fait d'abord en retenant une nomenclature à laquelle nos publics s'identifient.
On le complète en ajoutant le préfixe ICI.

ICI COLOMBIE-BRITANNIQUE–YUKON

ICI ALBERTA

ICI SASKATCHEWAN

ICI MANITOBA

ICI ONTARIO

ICI OTTAWA–GATINEAU

ICI TORONTO

ICI WINDSOR

ICI SUDBURY

ICI NORD DE L'ONTARIO

ICI ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

ICI RIVE-NORD

ICI RIVE-SUD

ICI ESTRIE

ICI MAURICIE–CENTRE-DU-QUÉBEC

ICI QUÉBEC

ICI SAGUENAY–LAC-SAINT-JEAN

ICI EST DU QUÉBEC

ICI CÔTE-NORD

ICI RIMOUSKI

ICI BAS-SAINT-LAURENT

ICI GASPÉSIE–ÎLES-DE-LA-MADELEINE

ICI ACADIE

ICI NOUVELLE-ÉCOSSE

ICI ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

ICI TERRE-NEUVE

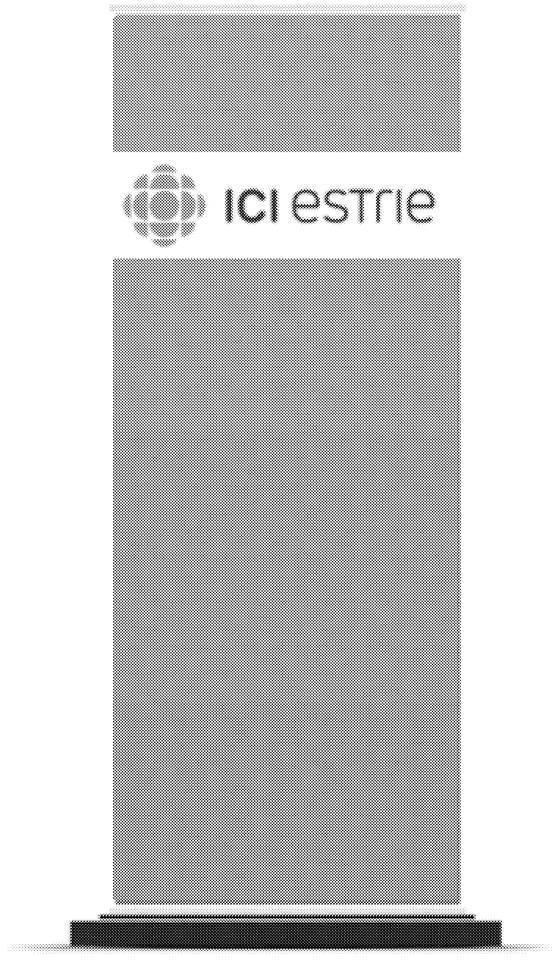
ICI NOUVEAU-BRUNSWICK

s.21(1)(a)
s.21(1)(b)

ICI [_région_]

Elle désigne :
- des lieux
- des équipes
- des contenus

DES LIEUX, DES ÉQUIPES



ICI [_région_]

Elle désigne :
- des lieux
- des équipes
- des contenus

DES CONTENUS

ICI RADIO-CANADA TÉLÉ

s.21(1)(a)
s.21(1)(b)

ICI [_région_]

Elle désigne :
- des lieux
- des équipes
- des contenus

DES CONTENUS

ICI RADIO-CANADA TÉLÉ

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

APPLICATION

Dans la programmation

s.21(1)(a)
s.21(1)(b)

En animation sur Ici Radio-Canada Première :

Vous êtes à l'écoute
d'*Ici Radio-Canada*
Première,
96,5 Mauricie

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

APPLICATION

Les pages d'émissions sur Radio-Canada.ca

Titre de la section

APPLICATION

s.21(1)(a)
s.21(1)(b)

Réseaux sociaux

s.18(a)
s.21(1)(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

APPLICATION

Réseaux sociaux

Pages de station

On utilisera la marque régionale, jamais un média

s.18(a)
s.21(1)(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

APPLICATION

Réseaux sociaux

Pages d'émission

Pages d'individu

Animateur, journaliste, chroniqueurs...

architecture de marque

RADIO-CANADA (1)
RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

SOUS-MARQUES

MUSIQUE RÉVÉLATIONS

SPORTS

MAURICIE (2)

PRODUCTIONS

COMMUNICATIONS INTERNES

CONCOURS DE RADIO-CANADA

RADIO PREMIÈRE CHAÎNE

.ca

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET (3)

TÉLÉVISION

ÉVÉNEMENTIELS

présente (3)

DIFFUSEUR OFFICIEL

LE P'TIT MARATHON

PARTENARIATS

ICI AVEC VOUS

PARTENAIRE DU CINÉMA D'ICI

LA RADIO DE RADIO-CANADA

RADIO PREMIÈRE CHAÎNE — fréquences 95,1 FM PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE — fréquences ESPACE MUSIQUE 100,7 FM

RCI RADIO CANADA INTERNATIONAL

BANDE À PART

SIRIUS RADIO SATELLITE
- PREMIÈRE plus
- ESPACE MUSIQUE
- Sportsextra
- BANDE À PART

TÉLÉVISION

CBC TÉLÉVISION (1)

(4)

RDI

RDI HD

ARTV

EXPLORA

Radio-Canada.ca

.ca

TOU.TV

espace.mu

1) Versions internationales
2) Régions, 14 versions
3) Doit être utilisé avec l'accord du bureau de l'image de marque
4) Seulement en auto publicité

LIGNE INFOLOGO 4344
communications.radio-canada.ca

Octobre 2011

000100

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

un positionnement et un système de marque:

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Concurrence

Clientèles

- Coeur de cible
- Influenceurs
- Parties prenantes

Radio-Canada appartient à chacun d'entre nous.
J'y contribue au plan financier, mais aussi au plan des contenues, des idées.
J'y ai ma place.
C'est aussi un espace personnel : Radio-Canada me donne les outils et moyens pour choisir à ma guise. Je façonne mon espace pour qu'il m'inspire et me ressemble.

Radio-Canada
mon espace vivant

Ouvert aux gens.
Ouvert sur le monde, sur les régions.
Accueillant et accessible.
Constamment renouvelé.
D'accès complètement fluide.

L'espace, lieu à la fois virtuel et réel.
Un endroit libre, ouvert généreux.
Un lieu vaste, invoquant à la fois
infini rencontres et point de ralliement.
Des espaces pour m'informer, apprendre,
écouter et m'évader.
Des espaces où nourrir mes intérêts,
où faire entendre ma voix.

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Radio-Canada
mon espace
vivant

proposition simplification

les marques institutionnelles

la marque bilingue

CBC Radio-Canada

la marque des services français

Radio-Canada

je travaille à Radio-Canada

désignation institutionnelle formelle des Services français

l'architecture

les marques produits et services

〖NOM〗

les propriétés

Chaînes télé
Chaînes radio
Sites, propriétés numériques

les marques transversales

Information
Musique
Régions

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

l'architecture

un système hybride

〖DESCRIPTEUR〗

〖NOM INDÉPENDANT〗

〖signature visuelle et sonore〗

les marques télévision

VISION

« Vous écoutez Radio-Canada Vision »

INFO

« Vous écoutez Radio-Canada Info »

ARTV

« ARTV, une chaîne de Radio-Canada »

EXPLORA

« Explora, une chaîne de Radio-Canada »

〚NOUVEAU NOM〛

〚À préciser selon
l'orientation de la chaîne〛

les marques radio

PREMIÈRE

« Vous écoutez Radio-Canada Première »

MUSIQUE

« Vous écoutez Radio-Canada Musique »

BANDEÀPART

« Bande à part, une chaîne de Radio-Canada »

[[NOUVEAU NOM]]

[[À préciser selon
l'orientation de la chaîne]]

les marques Internet et numériques

RADIO-CANADA.CA

.CA

«Aussi disponible sur Radio-Canada.ca »

TOU.TV

« Aussi sur TOU.TV »

ESPACE.MU

« Espace.mu, le web musical de Radio-Canada »

〚NOUVEAU NOM〛

〚À préciser selon
l'orientation de la chaîne〛

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

les marques transversales

Information

À la fois une chaîne spécialisée et une équipe de contenus

INFO

«Une émission Radio-Canada Info »

Musique

À la fois une chaîne radio, un espace sur le Web et une équipe de contenus

MUSIQUE

«Une présentation Radio-Canada Musique »

Régions

Expertise, connaissance approfondie, présence et contenus déclinées sur de multiples plateformes

ESTRIE

«Réjean Blais Radio-Canada Estrie »

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

évaluation

avantages

- simplifie l'architecture
- continuité : préserve l'héritage
- facilité de mise en oeuvre

limites

impact sur le déploiement

- un scénario qui permet de renommer les chaînes en séquence, au rythme de l'évolution des marques
- simplicité de déploiement

proposition innovation

les marques institutionnelles

la marque bilingue

CBC Radio-Canada

la marque des services français

Radio-Canada

je travaille à Radio-Canada

désignation institutionnelle formelle des Services français

la marque mère

la marque publique:
la base du système de nomenclature

près des gens
spontané, sympathique
actuel numérique
accessible inclusif

l'architecture

les marques produits et services:
un système unique

iCi 〖NOM〗

les propriétés

Chaînes télé
Chaînes radio
Sites, propriétés numériques

les marques transversales

Information
Musique
Régions

les marques télévision

iCi VISION

« Vous écoutez iCi Vision,
une chaîne de Radio-Canada »

iCi INFO

« Vous écoutez iCi Info,
une chaîne de Radio-Canada »

iCi ARTV

« Vous écoutez iCi ARTV,
une chaîne de Radio-Canada »

iCi EXPLORA

« Vous écoutez iCi Explora,
une chaîne de Radio-Canada »

iCi ⟦NOUVEAU NOM⟧

⟦À préciser selon l'orientation de la chaîne⟧

les marques radio

iCi PREMIÈRE

« Vous écoutez iCi Première,
une chaîne de Radio-Canada »

iCi MUSIQUE

« Vous écoutez iCi Musique,
une chaîne de Radio-Canada »

iCi BANDEÀPART

« Vous écoutez iCi Bande à part,
une chaîne de Radio-Canada »

iCi ⟦NOUVEAU NOM⟧

⟦À préciser selon
l'orientation de la chaîne⟧

les marques Internet et numériques

iCi.CA

«Aussi disponible sur iCi.ca, un site de Radio-Canada »

iCi TOU.TV

« Aussi sur iCi TOU.TV, un site de RAdio-Canada.»

iCi MUSIQUE.CA

« Une entrevue exclusive sur iCi Musique.ca, un site de Radio-Canada »

iCi ⟦NOUVEAU NOM⟧

⟦À préciser selon l'orientation de la chaîne⟧

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

les marques transversales

Information

À la fois une chaîne spécialisée et une équipe de contenus

iCi INFO

«Une émission iCi Info »

Musique

À la fois une chaîne radio, un espace sur le Web et une équipe de contenus

iCi MUSIQUE

«Une présentation iCi Musique »

Régions

Expertise, connaissance approfondie, présence et contenus déclinées sur de multiples plateformes

iCi ESTRIE

«Réjean Blais iCi Estrie »

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

évaluation

avantages

- ici : une association spontanée
- profite de l'équité de la marque
- ici : une invitation souriante, une marque sympathique
- un nom simple, court, un préfixe flexible pour l'avenir
- en ligne avec la stratégie : le Canada, les régions, notre monde, notre ville
- ici : actuel, spontané, reflet d'une marque émotion
- ici : la proximité le sentiment d'appartenir
- un nom de l'ère numérique
- un signal d'évolution à l'interne et à l'externe
- une organisation fidèle à elle même dans un esprit de changement
- reflet de l'espace vivant
- un système mololithique sans être écrasant

limites

impact sur le déploiement

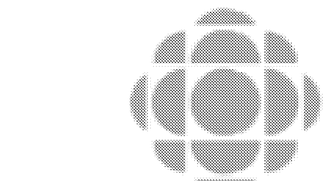
- un scénario qui permet un déploiement rapide ou progressif, sans séquence prescrite
- une marque publique indépendante de la marque institutionnelle

ReCréez Radio-Canada

La marque institutionnelle

CBC Radio-Canada

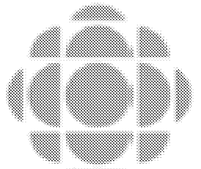
La marque francophone



Je regarde une télévision qui s'appelle Radio sur Internet

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

La marque à l'international



RADIO-CANADA

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

Les marques télévision

TÉLÉVISION

« Ce soir, je regarde Radio-Canada »

RDI

Les marques radio

LA RADIO DE RADIO-CANADA

RADIO PREMIÈRE CHAÎNE

95,1 PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE

ESPACE MUSIQUE 100,7

BANDE À PART

Les marques internet et numériques

Radio-Canada.ca

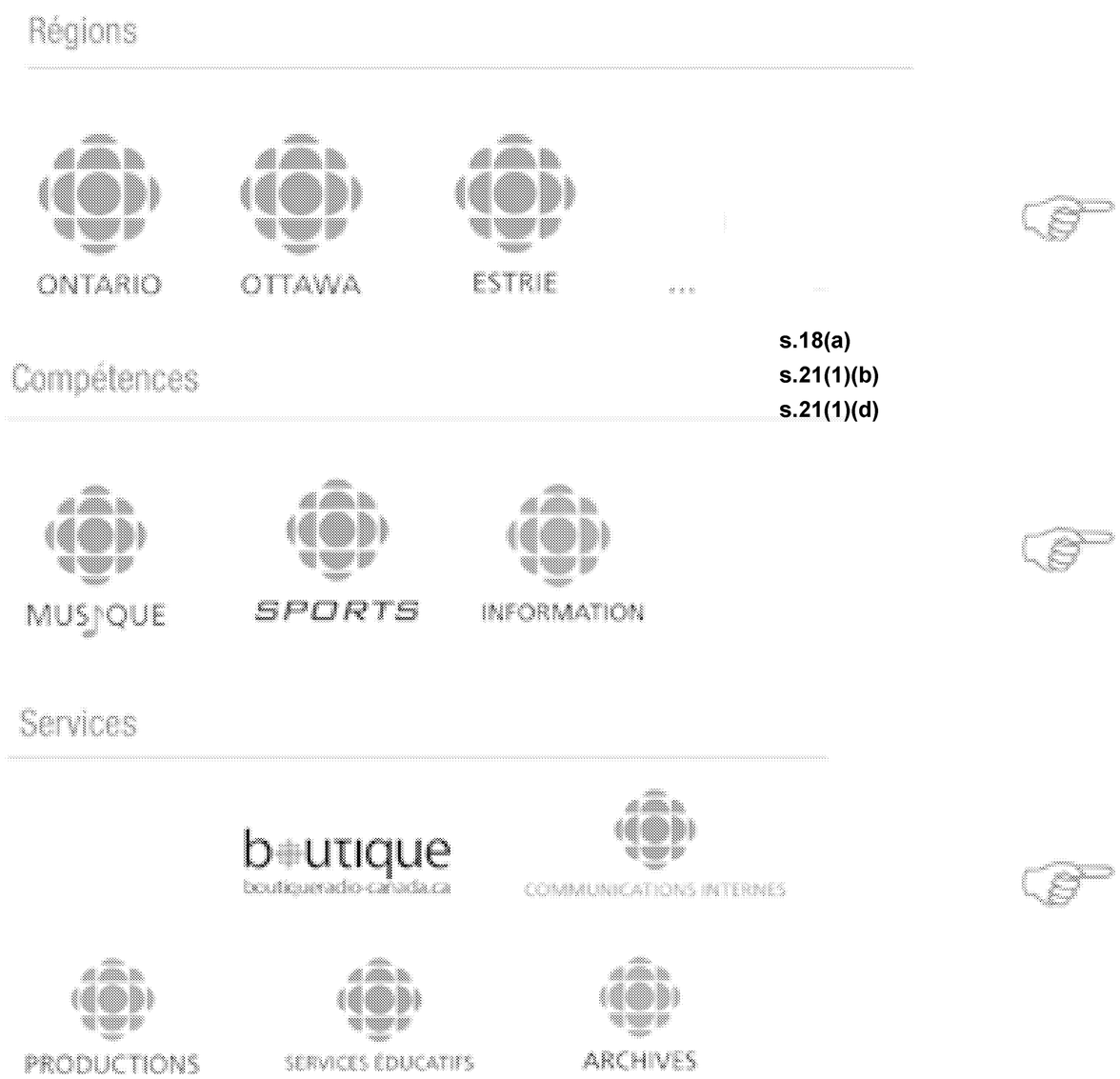
.ca

TOU.TV

espace.mu

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)



s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Nouvelle architecture

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

marque publique

ici

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

marque publique

ici

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

les marques télévision

ici trésor | ici explora | ici info | ici télé | ici artv

Nouvelle architecture

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

les marques radio

ici première

ici musique

Nouvelle architecture

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

les marques internet et services numériques

ici.tv ici.ca ici.mu

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

les marques télévision

ici tou.tv | ici explora | ici info | ici télé | ici arts

les marques internet et services numériques

ici.tv | ici.ca | ici.mu

marque publique

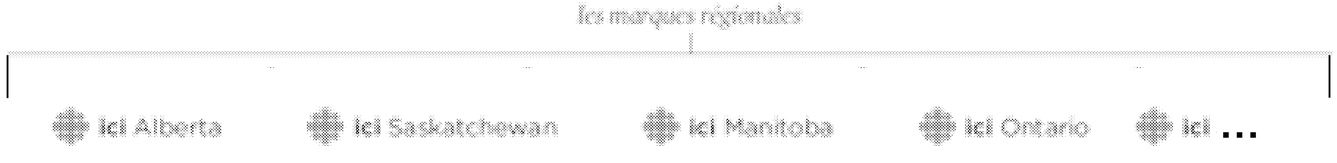
ici

les marques radio

ici première | ici musique

Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada



Nouvelle architecture

CBC Radio-Canada

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

les marques télévision

- ici tou.tv
- ici explora
- ici info
- ici télé
- ici artv

les marques internet et services numériques

- ici.tv
- ici.ca
- ici.mu

marque publique

ici

les marques radio

- ici première
- ici musique

les marques régionales

- ici Alberta
- ici Saskatchewan
- ici Manitoba
- ici Ontario
- ici ...

ICI la campagne

CAMPAGNE DE LANCEMENT DE LA MARQUE MÈRE
BRIEFING ET PLAN DE DÉPLOIEMENT – INTERNE ET EXTERNE

4 février 2013

LE CONTEXTE

Les services français de Radio-Canada sont en plein repositionnement. Plusieurs groupes d'employés travaillent à faire vivre ce nouveau positionnement à divers niveaux. Du côté de la direction des Communications et de l'Image de marque, notre priorité est de développer une nouvelle architecture qui sera présentée à l'interne et à l'externe le 5 juin prochain. Nous devons également développer les habillages d'antenne (radio, télé et web) afin de rencontrer les échéanciers de production des campagnes produits de l'automne. Également, nous devons orchestrer le lancement public de cette nouvelle marque. C'est ce dernier point dont il est question ici.

LES OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

Dévoiler et présenter la nouvelle marque ICI au plus large public dans le but de favoriser l'adhésion du plus grand nombre de téléspectateurs / auditeurs / internautes à l'égard de notre nouvelle image! Créer rapidement la notoriété de la marque mère partout au pays!

LE MANDAT

Développer une campagne publicitaire et événementielle qui devra se déployer sur TOUTES nos antennes (PC, EM, RC, RDI, ARTV, EXPLORA, RC.CA, TOU.TV, ESPACE.MU) ainsi que dans les principaux quotidiens francophones.

LES MESSAGES À PASSER

- Radio-Canada s'appelle maintenant ICI
- On peut s'appeler ICI parce que ça nous décrit bien, on est ICI, partout, avec vous, depuis longtemps
- La télé s'appelle maintenant ICI télé. La première chaîne, ICI première. Radio-Canada.ca devient ICI.ca
- Les autres chaînes, ça viendra un peu plus tard. Mais ce sera ICI RDI, ICI musique, ICI artv, etc.
- ICI, une marque en évolution, au cœur de votre quotidien, partout, pour tous.

CE QUE LE PUBLIC DOIT EN RETENIR

Radio-Canada évolue. Les noms des chaînes changent. Ça fait du sens!

LES ATTRIBUTS DE LA CAMPAGNE

- Innovante.
- Claire et limpide.
- Qui fait vibrer la corde émotion.
- Qui marque un changement grandiose.
- Qui invite à l'adhésion, à la compréhension, à la fierté.

LA CIBLE

Le grand public!

L'AXE DE COMMUNICATION

Radio-Canada, c'est des chaînes de télé, de radio, des sites web.
C'est aussi une fenêtre sur le monde. Le monde d'ici et d'ailleurs. Votre monde.
Radio-Canada c'est ici depuis toujours. Ici dans votre vie, où que vous soyez.
ICI c'est Radio-Canada... en mieux!

DÉCLENCHEUR DE LA CRÉATION

S'ancrer dans le présent.
Se propulser vers l'avenir.
ICI est là pour nous aider à faire cela.
ICI c'est tout ce qui me touche.
ICI c'est tout ce qui bouge, évolue.

LE PLAN DE DÉPLOIEMENT DE LA CAMPAGNE

Phase 1 : Campagne de dévoilement sur nos antennes et à l'externe
Du 5 (17h) au 30 juin

Phase 2 : Campagnes de lancement d'automne
Dès le 1er juillet

Phase 3 : Campagne d'identification sur nos antennes
19 août (ICI PREMIÈRE), 9 septembre (ICI TÉLÉ)

LE BUDGET

À confirmer.

Ici – Opérations de lancement
Briefing révisé
19.03.13

Contexte

Comme un enfant grandit, tout le monde change, tout le monde évolue.
Évoluer c'est grandir. Il en va de même des entreprises et Radio-Canada n'y échappe pas. Les services français sont donc en plein repositionnement.

Les attributs de la marque restent. Il s'agit toujours d'éduquer, d'informer et de divertir. Ce sont les bénéfices de la Société qui s'expriment avec plus de clarté.

Une nouvelle architecture de marque sera présentée le 5 juin.

Objectifs

Il s'agit dans un premier temps de présenter la nouvelle marque le 5 juin et de créer rapidement sa notoriété. Mais surtout, de susciter l'adhésion au changement.

Public-cible

Société publique oblige, on s'adresse au plus grand nombre. À ceux qui nous suivent d'abord : auditeurs, téléspectateurs et internautes; ainsi qu'aux leaders d'opinions, aux partenaires et gens d'affaires.

Société publique oblige (bis), même les gens qui ne nous sont pas fidèles se sentiront concernés.

Liste de ce que nous voulons démontrer

- Tout Radio-Canada devient ICI.
- ICI c'est dans l'ADN de Radio-Canada.
- ICI c'est Radio-Canada en mieux. Nous avons toujours offerts des produits pertinents, innovants et audacieux. Nous persistons avec encore plus d'acuité.
- ICI est partout : au cœur du quotidien, dans l'actualité, la modernité.
- ICI répond aux besoins des gens d'être renseignés, stimulés, touchés, émus, réconfortés, divertis. *C'est ICI que je me sens bien.*
- ICI est là pour durer.

Mais si nous n'avons qu'une chose à dire.
Axe de communication :

C'est cool d'être ICI.

C'est à la fois un discours citoyen et une affirmation claire de la part d'une entreprise qui ne s'excuse pas d'être ce qu'elle est. Une *attitude* sans partage mais que bon nombre veulent partager, quel que soit l'âge ou la condition. C'est l'amorce d'un ton.

Ton et manière

Si le ton est assuré et confiant, la manière est émotive, chaleureuse. Nous sommes dans la proximité, la convivialité. *ICI je me sens chez moi. ICI, c'est d'où je viens. ICI il y a tout ce qu'il me faut. ICI, ça me ressemble…*

Le concept et la suite

Nous sommes toujours dans le concept retenu: l'approche *crowdsourcing.*
Des instantanés de citoyens (du vrai monde) qui s'expriment et ICI qui s'associe à leurs discours.

- Reste à définir les scénarios télé et radio et les formats de ceux-ci
- Trouver une signature lancement
- Scénariser la présentation vidéo. À suivre…

ICI – LA VIDÉO ****BRIEFING CRÉATIF

Équipe

Luc-Olivier Cloutier, réalisateur, Claude Frigon, concepteur-rédacteur, Carole Pelletier et Anne Cournoyer, chefs de publicité

Mandat

Concevoir et produire une vidéo d'une minute (**ou plus TBC) communicant la transformation des marques médias de Radio-Canada en ICI.

Pourquoi ?

Pour engager le public, les médias et autres influenceurs (annonceurs, fournisseurs, partenaires) dans ce grand changement à Radio-Canada.

Oui mais, pourquoi changer ?

Radio-Canada entre dans une nouvelle ère. Toute l'entreprise se transforme afin d'être toujours plus à l'écoute de la vie des Canadiens, afin de répondre davantage à leurs besoins d'information et de divertissement quand et où ils le désirent, afin de leur offrir un contenu varié, actuel, et près de leurs préoccupations. Du contenu qui les divertit, les informe, les fait grandir et les touche dans leur quotidien.

Diffusion

Événements de presse, rassemblement d'employés, Conseil des services français du 4 juin, lancement de programmation aux agences de publicité, possiblement sur nos ondes (télé, chaînes spécialisées, RDI?), réseaux sociaux, sites web (tou.tv, rc.ca) et toute autre bonne idée!

Axe de communication

Radio-Canada, c'est une marque que vous aimez, à laquelle vous faites confiance. ICI, c'est la somme de tous nos contenus, toutes nos chaînes. C'est une grande marque où tout le monde trouve son contenu, son ICI.

Objectifs de communication

1. Engager le public dans notre métamorphose, pour lui faire sentir que c'est lui qui bénéficiera de ce grand changement.
2. Communiquer la simplicité et la logique derrière le passage au nom ICI. Ce n'était pas écrit dans le ciel pour le public, mais peut-être y a-t-il moyen de communiquer ce qu'il y a de pertinent pour nous, en tant que diffuseur public ancré dans la vie des gens, de nous rebaptiser "ICI".

Ton

Simple, engageant, chaleureux, festif !

Considération importante

Faire place à l'humain. Des artisans au travail, des créatifs en plein remue-méninges, mais aussi nos auditoires, les gens qui nous suivent et dont nous souhaitons conserver la cote d'amour !

On est du monde ordinaire, qui parle à du monde ordinaire, mais ensemble on fait des choses extraordinaires…

Échéancier

Briefing à l'équipe :	4 mars
Concepts :	25 mars
Production :	Mars-avril-mai
Livraison :	24 mai

Budget

À confirmer

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

la marque mère ou marque publique

ici

les marques de compétences transversales

ici info

ici musique

les marques télévision

ici trésor

ici explora

ici info

ici télé

ici artv

les marques radio

ici première

ici musique

les marques internet et services numériques

ici.tv

ici.ca

ici.mu

les marques régionales

ici Colombie-Britannique — Yukon

ici Alberta

ici Saskatchewan

ici Manitoba

ici Ontario

ici Ottawa-Gatineau

ici Toronto

ici Windsor

ici Sudbury

ici Abitibi — Témiscamingue

ici Mauricie — Centre du Québec

ici Estrie

ici Québec

ici Saguenay — Lac-Saint-Jean

ici Côte-nord

ici Bas-Saint-Laurent

ici Gaspésie — Les Îles

ici Acadie

ReCréez Radio-Canada
Guylaine Bergeron
lundi 25 mars 2013

Aujourd'hui

1. Le calendrier de déploiement
2. Nouvelle architecture : les logos
3. La stratégie de lancement de la nouvelle architecture de marque et le plan de communication-marketing
    1. Le site internet dédié au projet
    2. Chronologie du jour J (et jours avant)

Le calendrier de déploiement

Les dates importantes

2013

juin	juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre
5: lancement	campagne image ici télé	campagne de produits automne ici télé	9 : Début de ici télé	21 OU 28 Début de ici.ca	1: Campagne Sotchi	1: campagne image ici rdi
5- 24 :campagne d'image ici		campagne image ici première				lancement ici trésor
		19 OU 26 : Début de ici première				début ici artv
						début ici explora

2014

janvier	février	mars	à venir			
6 : début ici rdi	23 début ici tou.tv		Début ici musique			
			Début ici.mu			

Les logos

ICI

Les logos

ICI

ICI Première

ICI RDI

ICI TÉLÉ

ICI MUSIQUE

ICI TOU.TV

ICI EXPLORA

ICI TRÉSOR

ICI.CA

ICI ARTV

ICI.MU

ICI INFO

Stratégie de lancement
Plan de communication-marketing

Un site web pour réunir les fans

Ses objectifs

Créer une association entre la marque ICI et les émotions que nous procurent les émissions.

Occuper l'espace numérique dès le 5 juin pour ne pas laisser toute la place aux critiques.

Un lieu pour répondre aux objections, lancer des messages

000154

Stratégie de lancement
Plan de communication-marketing

La campagne

Objectifs
Présenter la nouvelle marque le 5 juin
Créer rapidement sa notoriété
Susciter l'adhésion au changement.

Public-cible
Le plus grand nombre. À ceux qui nous suivent : auditeurs, téléspectateurs et internautes; ainsi qu'aux leaders d'opinions, aux partenaires et gens d'affaires.

À démontrer:
Tout Radio-Canada devient ICI.
ICI est partout : au cœur du quotidien, dans l'actualité, la modernité.
ICI répond aux besoins des gens d'être renseignés, stimulés, touchés, émus, réconfortés, divertis. ICI est là pour durer.

Axe de communication :
C'est cool d'être ICI.

Ton et manière
Dans la proximité, la convivialité. ICI je me sens chez moi. ICI, c'est d'où je viens. ICI il y a tout ce qu'il me faut. ICI, ça me ressemble…

Stratégie de lancement
Plan de communication-marketing

avril	• Lancement d'un site web *L'indice ici* (15 avril) • Recherche auprès des auditoires et d'experts en marque
mai	• Rencontre avec des chroniqueurs spécialisés en média et marque, avec embargo • Mise en place d'un plan d'urgence anti-fuite
lundi 3 juin	Rencontres avec animateurs et têtes d'affiche
mercredi 5 juin	• 10 h 30 Dévoilement aux cadres • 11 h 30 Dévoilement aux employés • 12h 30 Rencontre avec les médias • 17 h Dévoilement aux agences et clients • 18 h Début de la campagne d'image ici • Communication CBC et corporatif • Communication auprès des leaders et élus
≈ 19 juin	Rencontre de suivi auprès du personnel

Repositionner Radio-Canada

Guylaine Bergeron
Mardi 29 janvier 2013

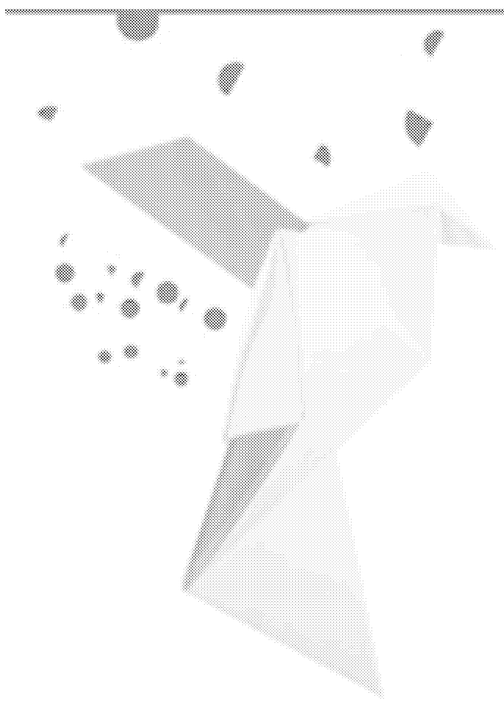
Plan de la présentation

1. **Diagnostic**
2. **Positionnement**
3. **Gestion du changement**
4. **Architecture de marque**
5. **Questions**

Repositionner Radio-Canada

Le mandat du positionnement

1. **Faire le diagnostic du positionnement actuel des marques des Services français**
2. **Trouver un nouveau positionnement**
3. ***Partout pour tous***
4. **Être le reflet du futur de l'organisation**
5. **La rigueur exigée d'une société d'état**
6. **La modernité attendu d'un média**



LE DIAGNOSTIC

s.18(a)

s.21(1)(b)

Nos auditoires ont changé

- Ils ont des attentes différentes. Ils veulent plus de :

000161

Nos auditoires ont changé

- **50 %** des Canadiens naviguent sur **Internet** en même temps qu'ils regardent la **télé**, soit deux fois plus qu'il y a cinq ans (OTM 2011-2012)
- **48 %** des francophones écoutent de la **musique** sur **YouTube** (OTM 2011-2012)
- **43%** des Québécois âgés entre 18 et 24 ans considèrent les **réseaux sociaux** comme principale **source d'information** (CEFRIO, 2011)

Radio-Canada :
des assises solides et une position forte face aux concurrents

Note de passage = 100

Vue d'ensemble de nos résultats

Radio-Canada….

Note de passage = 100

me permet d'être bien informé

m'aide à réfléchir aux enjeux de société

contribue à enrichir mes connaissances

me fait vivre des expériences émouvantes

est près des gens

est accessible, rassembleuse

sait communiquer avec les jeunes adultes

est actuelle, bien branchée

est innovatrice, à l'avant-garde

est dynamique

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Radio-Canada,

…contribue à enrichir mes connaissances

GROUPES MÉDIA

Score / 100

TÉLÉVISION

Score / 100

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Radio-Canada,

…contribue à enrichir mes connaissances

RADIO

Score / 100

RADIO PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE

Rouge fm

98,5 fm

INTERNET

Score / 100

.ca

ICI TV

ICI .ca

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Radio-Canada est en

…est accessible, rassembleur

GROUPES MÉDIA

TÉLÉVISION

Score/ 100

QUEBECOR Media

astral

BellMedia

RDI

Radio-Canada est en

…est accessible, rassembleur

RADIO

Score / 100

RADIO PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE

Rouge fm

98,5 fm

INTERNET

Score / 100

.ca

TOU.TV

canoe.ca

LA PRESSE .ca

Les liens de Radio-Canada avec les jeunes

00

...sait communiquer avec les jeunes

Radio-Canada

Est dynamique **TÉLÉVISION** **Est innovateur, à l'avant-garde**

Score / 100

RDI
ARTV
TVA
LCN
Télé Québec

RDI
ARTV
TVA
LCN
Télé Québec

Radio-Canada

Est dynamique RADIO

Score / 100

RADIO PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE

Rouge fm

98,5 fm

Est innovateur, à l'avant-garde

Score / 100

RADIO PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE

Rouge fm

98,5 fm

Radio-Canada

Est dynamique **INTERNET** **Est innovateur, à l'avant-garde**

Score / 100

.ca

TOU.TV

canoe.ca

LA PRESSE +

VTELE.CA

.ca

TOU.TV

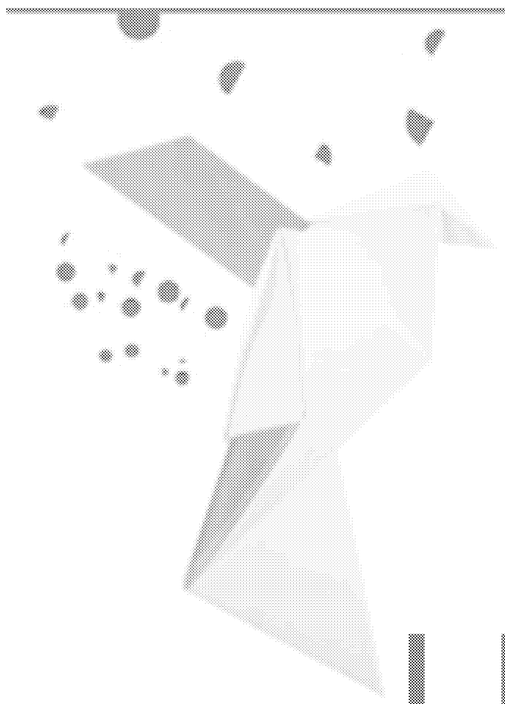
canoe.ca

LA PRESSE +

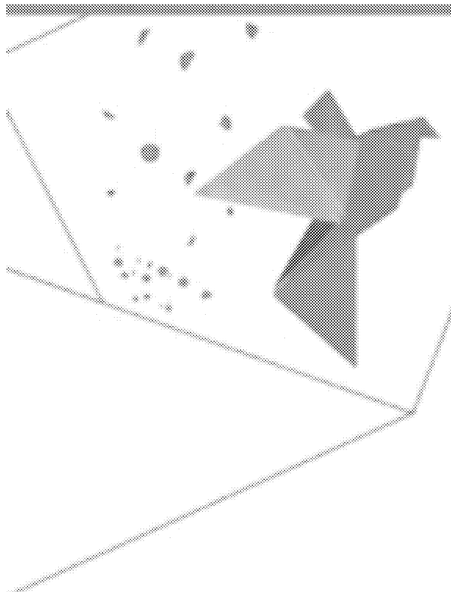
VTELE.CA

Radio-Canada

Constats



LE POSITIONNEMENT



Définir un nouveau positionnement

- Pour recréer Radio-Canada, nous avons défini un nouveau positionnement.
- Un positionnement :
  - sert à définir la place que l'on veut occuper dans l'esprit des gens;
  - décrit de quelle façon on se différencie de nos concurrents et comment on demeure pertinent face à nos publics;
  - inspire et pousse l'organisation à évoluer.

Un nouveau positionnement

Radio-Canada appartient à chacun d'entre nous.
J'y contribue au plan financier, mais aussi au plan des contenus, des idées.
J'y ai ma place.
C'est aussi un espace personnel : Radio-Canada me donne les outils et moyens pour choisir à ma guise. Je façonne mon espace pour qu'il m'inspire et me ressemble.

Radio-Canada mon espace **vivant**

Ouvert aux gens.
Ouvert sur le monde, sur les régions.
Accueillant et accessible.
Constamment renouvelé.
D'accès complètement fluide.

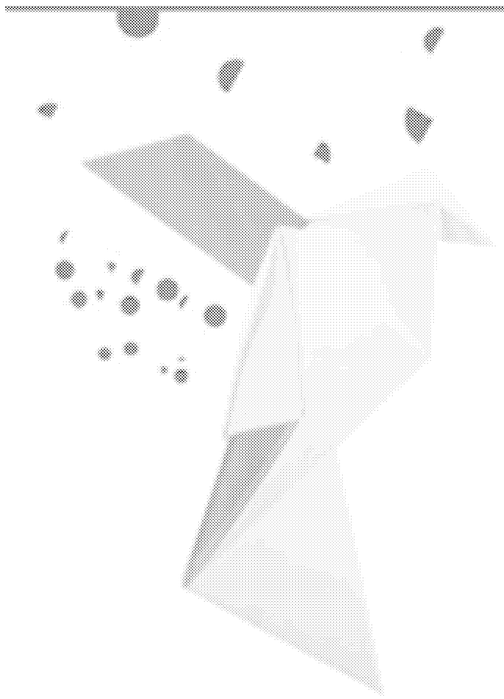
L'espace, lieu à la fois virtuel et réel.
Un endroit libre, ouvert généreux.
Un lieu vaste, invoquant à la fois infinies rencontres et point de ralliement.
Des espaces pour m'informer, apprendre, écouter et m'évader.
Des espaces où nourrir mes intérêts, où faire entendre ma voix.

000177

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Un nouveau positionnement

000178



LA GESTION DU

ReCréez Radio-Canada

La gestion du changement

Rapport de performance
Plan de mobilisation ReCréez Radio-Canada

- **Depuis le lancement du 15 janvier 2013**

- **¡O!** (fréquentation) :

- *Les Gens d'ici* ***78 membres*** au total dont **39 volontaires**

La gestion du changement

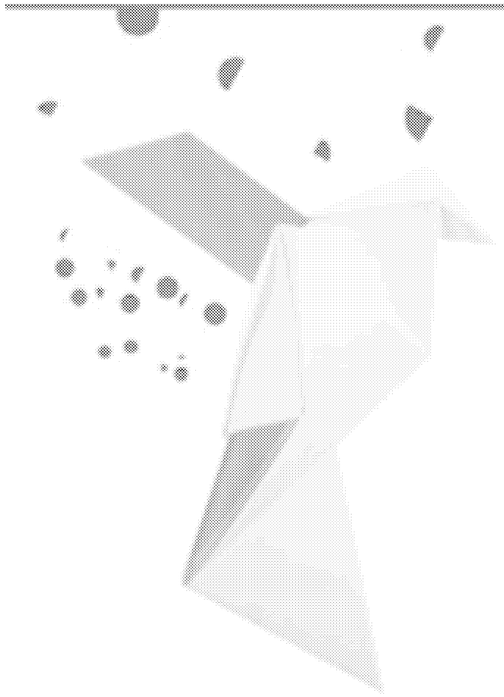
Rencontres par Direction générale qui ont eu lieues :

- Communications
- ISN
- Régions
- INFO
- Chaînes spécialisées
- Services immobiliers

La gestion du changement

Rencontres par Direction générale à venir (la semaine du 28 janvier):

- Ventes
- Productions
- TVG
- Finances
- RCI
- Ressources humaines
- Radio Première chaîne
- Radio Espace Musique



LE NOUVEL

Repositionner Radio-Canada

Le mandat de l'architecture

1. **Diagnostiquer l'architecture actuel**
2. **Le simplifier**
3. **Refléter le nouveau positionnement**
4. **Imaginer des dénominations**
5. **Créer un système qui soit le futur de l'organisation**

Architecture actuel

La marque institutionnelle

CBC Radio-Canada

La marque francophone

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

Je regarde une télévision qui s'appelle Radio sur Internet

La marque à l'international

RADIO-CANADA
RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Architecture actuel

Les marques télévision

TÉLÉVISION

« Ce soir, je regarde Radio-Canada »

RDI

Architecture actuel

Les marques radio

LA RADIO DE RADIO-CANADA

RADIO PREMIÈRE CHAÎNE

95,1 PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE

ESPACE MUSIQUE 100,7

BANDE À PART

Architecture actuel

Les marques internet et numériques

Radio-Canada.ca

.ca

TOU.TV

espace.mu

Architecture actuel

Régions

ONTARIO OTTAWA ESTRIE ...

Compétences

MUSIQUE SPORTS INFORMATION

Services

boutique

PRODUCTIONS SERVICES ÉDUCATIFS ARCHIVES

Nouvel architecture

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

000191

Nouvel architecture

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

la marque mère ou marque publique

ici

Nouvel architecture

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

la marque mère ou marque publique

ici

les marques télévision

ici trésor | ici explora | ici info | ici télé | ici artv

Nouvel architecture

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

la marque mère ou marque publique

ici

les marques télévision

ici trésor | ici explora | ici info | ici télé | ici artv

les marques radio

ici première | ici musique

Nouvel architecture

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

la marque mère ou marque publique

ici

les marques télévision

ici trésor | ici explora | ici info | ici télé | ici artv

les marques radio

ici première | ici musique

les marques Internet et services numériques

ici.tv | ici.ca | ici.mu

Nouvel architecture

la marque institutionnelle des Services français

Radio-Canada

la marque mère ou marque publique

ici

les marques télévision

ici trésor | ici explora | ici info | ici télé | ici artv

les marques radio

ici première | ici musique

les marques internet et services numériques

ici.tv | ici.ca | ici.mu

les marques régionales

ici Colombie-Britannique – Yukon | ici Alberta | ici Saskatchewan | ici Manitoba | ici Ontario | ici Ottawa-Gatineau

ici Toronto | ici Windsor | ici Sudbury | ici Abitibi – Témiscamingue | ici Mauricie – Centre du Québec | ici Estrie

ici Québec | ici Saguenay – Lac-Saint-Jean | ici Côte-nord | ici Bas-Saint-Laurent | ici Gaspésie – Les Îles | ici Acadie

Ici O…

Ici O RC

Ici O RC télé **Ici O Ici la télé**

Ici O RC télévision

Ici O la télévision

Ici O la télé

Ici O TOUT **Ici O** tout télé **Ici O télé totale** **Ici O l'univers télé**

Ici O division télé **Ici O district télé**

Ici O la vie

Ici O Actuel / Actuelle

Ici l'émotion Ici l'étincelle

Ici l'audace Ici l'originalité Ici l'innovation Ici innova

Ici l'avance Ici l'avenir

Ici l'action Ici l'actualité Ici l'affirmation

Ici l'émotion Ici la découverte

Ici l'inspiration Ici inspira

Ici la couleur Ici chroma Ici coloris Ici l'éclat

Ici la création Ici création Ici la créativité

Ici Canada

Ici la curiosité Ici le dépassement Ici le dépaysement

Ici le plaisir Ici la vitalité Ici l'envol

Ici la télé émotion **Ici O télé émotions** Ici O émoi

Ici l'image Ici l'imagination Ici l'inspiration Ici la téléinspiration

Ici le nouveau Ici novo Télo Téléo Téléotélé

Ici la fougue Ici la fraîcheur Ici la nouveauté Ici la vivacité

Ici la télévivacité **Ici O télé vitalité**

Ici l'idéal Ici idéal Ici idéel **Ici O télé idéale**

Ici id Ici l'idée Ici l'imagination

Ici O passion télé

Ici la qualité **Ici O qualité**

Identification ICI Radio-Canada 2012

25 octobre 2012

ICI (molécule)……

ICI O LA TÉLÉ

ICI O TÉLÉ

ICI O VIZION

ICI O VOIR GRAND

ICI O ESPACE TÉLÉ

ICI O L'UNIVERS TÉLÉ

ICI O ESPACE VIE

ICI O ESPACE VIRTUEL

ICI O TÉLÉ 1

ICI O PLACE DE LA TÉLÉ

ICI O LE 8E

ICI O LA VIE

ICI O SOCIÉTÉ

ICI O MAINTENANT

ICI O REFLET

ICI O EN ONDES

ICI O ET MAINTENANT

ICI O AVEC VOUS

ICI O LA MAISON

ICI O BASE1

VOUS ÊTES O ICI

STATION O ICI

ICI O MONTRÉAL

ICI O MULTI

OCTO – TÉLÉO -CHROMA

MARTIN BARRY

concepteur-rédacteur publicitaire et interactif
electric.mart@gmail.com | 514 805-6970 | martbarry.com

CLIENT : Radio-Canada
MANDAT : Nouvelle identité pour la télé
DATE : 19 octobre 2012

CE QUE NOUS AVONS

ici TV

ici TÉLÉ

ici LATÉLÉ

ÇA RESSEMBLE À DE LA TÉLÉ

ici LACHAÎNE

ici STATION

ici RC1

ici RC

ici RCTÉLÉ

ici RCTV

ici TVRC

ici CANAL.RC

ici CHAÎNE.RC

ici SRC

L’IDÉE DE LA TÉLÉ

ici PROGRAMME

ici FIDÉLITÉ

ici LUMINANCE

ici STUDIO

ici ÉPISODE

ici HORS-CHAMP

ici PLAN

ici SÉQUENCE

ici TRAME

ici ONDE

LA LUMIÈRE, LES COULEURS

ici CHROMA

ici CONTRASTE

ici PRISME

HUMAIN

ici LAVIE

ici ÉMOTIONS

ici VITALITÉ

ici INSTINCT

ici VITAL

ici VIVE

ici SOURCE

ici SENS

ici ÊTRE

LES YEUX

ici VISIO

ici VU

ici HORIZON

ici PANORAMA

ici VOIR

LE 8e ART

ici 8

ici HUIT

ici ART8

ici TV8

ici ANT8

ici RC8

PROXIMITÉ

ici ÉCHO

ici SOCIÉTÉ

ici EXISTENCE

ici CONTACT

PORTÉE

ici GÉNÉRALIA

ici DÉCOUVERTE

ici UNIVERS

ici ESPACE

ici ESPACETV

ici SPHÈRE

ici GLOBE

ici AIRE

ici UNIVERSALIS

PRESTANCE

ici ICÔNE

ici ALPHA

ici OMNI

ici UN

ici VIRTUOSE

NOUVEAUX MOTS/SONORITÉS

ici FIBR

ici VIV

ici VIB

ici MUV

ici VISU

ici NUV

AUTRES

ici COMMUNICA

ici FLAIR

ici BANG

ici GOTHA

ici PARALLÈLE

ici VIRTUA

AUTRE APPROCHE

PREMIÈRE.ICI
RC.ICI
TOU.ICI
EXPLORA.ICI
ARTTV.ICI
RDI.ICI / INFO.ICI

ici INSPIRA

ici TÉLÉO

ici TÉLÉ1

Marque compétence

Information de Radio-Canada

Guylaine Bergeron

jeudi 2 mai 2013

000213

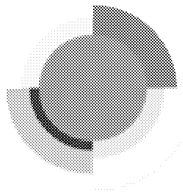
Plan

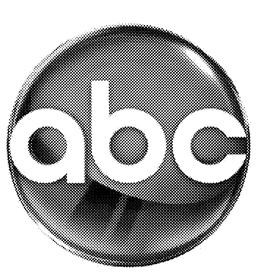
- Au coeur du positionnement
- Définition
- Des exemples médias
- Applications pour l'Information
  - a) Ici Info
  - b) Ici Info et Ici RDI

s.21(1)(b)

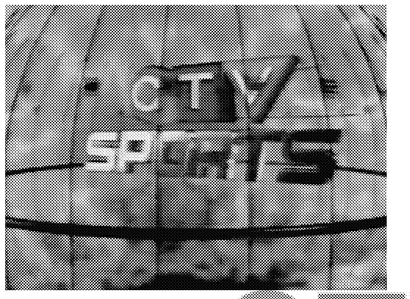
Définition

Une marque compétence





CTV



CTV NEWS

CTV NEWS CHANNEL

CBC television

CBC sports

CBC news

CBC news network

RTS Radio Télévision Suisse

RTS INFO

RTS SPORT

RTS Radio Télévision Suisse

RTS INFO

RTS Radio Télévision Suisse

RTS INFO

RTS.ch émissions tv émissions radio Robert Playlists Rechercher

TV | RADIO | INFO | SPORT | MÉTÉO | ARCHIVES | DÉCOUVERTE | SORTIR CH | BOUTIQUE | AUDIO | VIDÉO | PROGRAMME TV | A propos de la RTS

RTS Radio Télévision Suisse

Chômage des jeunes

En Europe, les jeunes sont les premières victimes de la vague de chômage.

La semaine des médias

Jeunesse: gros plan sur le monde de la pub! A revoir en vidéo ici.

Elections neuchâteloises

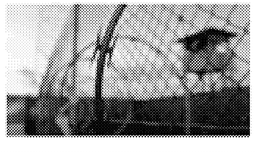
Enjeux et temps forts de l'élection au Conseil d'Etat de ce dimanche, dans notre dossier.

Prévisions sud

Samedi	Dimanche	Lundi	Mardi	Mercredi
13°	14°	13°	16°	18°

INFO

Enrico Letta a réussi à former un gouvernement italien



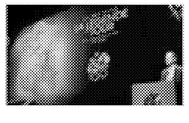
La grève de la faim à Guantanamo atteint la barre des 100 détenus

SPORT

Hockey

La Suisse s'impose sur le fil contre l'Allemagne

Tour de Romandie
Spilak devance le patron Froome aux Diablerets

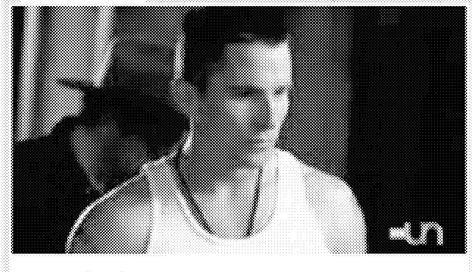


Tour de France
L'équipe suisse IAM a été recalée pour la 100e

NOS CHAÎNES EN DIRECT

AU PROGRAMME

RTS Un | RTS Deux | Radio



Bad times

Ce soir à 22h15

Un film de David Ayer

Vétéran de la Guerre du Golfe, Jim

RTS Radio Télévision Suisse

RTS INFO

RTS.ch émissions tv émissions radio Robert Playlists Rechercher

TV | RADIO | INFO | SPORT | METEO | ARCHIVES | DECOUVERTE | SORTIR.CH | BOUTIQUE | AUDIO | VIDEO | PROGRAMME TV | A propos de la RTS

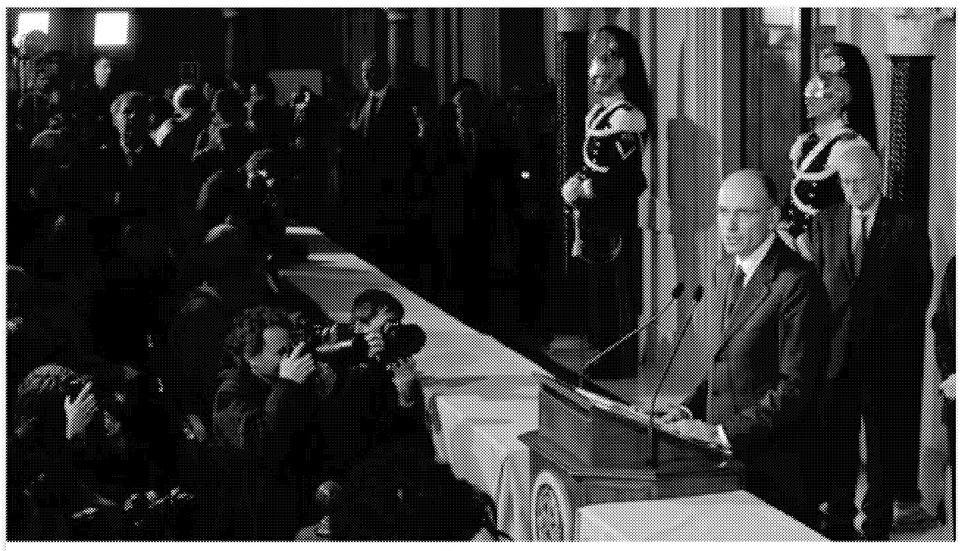
RTS INFO

vidéos	audios
Le 19:30	Le Journal du matin
Le 12:45	Le 12h30
Couleurs locales	Forum
Journal en continu	Le Journal horaire
> Toutes les vidéos	> Tous les audios

Prévisions ouest

Samedi	Dimanche	Lundi	Mardi	Mercredi
10° 7°	11° 5°	12° 4°	13° 7°	18° 8°

Suisse | Régions | Monde | Economie | Culture | Sciences/tech. Les émissions | Les plus du web | Les services



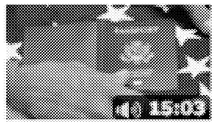
Enrico Letta a réussi à former un gouvernement italien

L'Italie a désormais un gouvernement. Une coalition gauche-droite a été formée et annoncée samedi par le président du Conseil désigné Enrico Letta, numéro deux du Parti démocrate (PD).

27 avril 2013 à 19:22

L'Italie enfin sortie de la crise politique ?

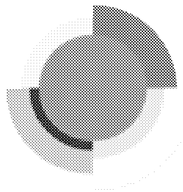
LA SÉLECTION AUDIO ET VIDÉO

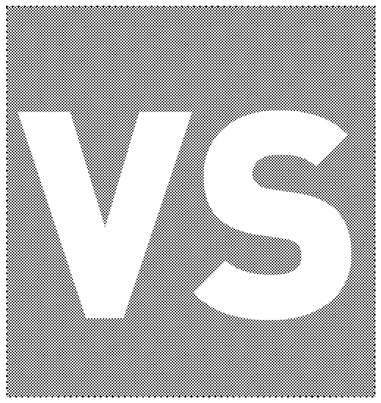


La nationalité américaine en Suisse devient un fardeau
Quinze minutes | 27 avril 2013

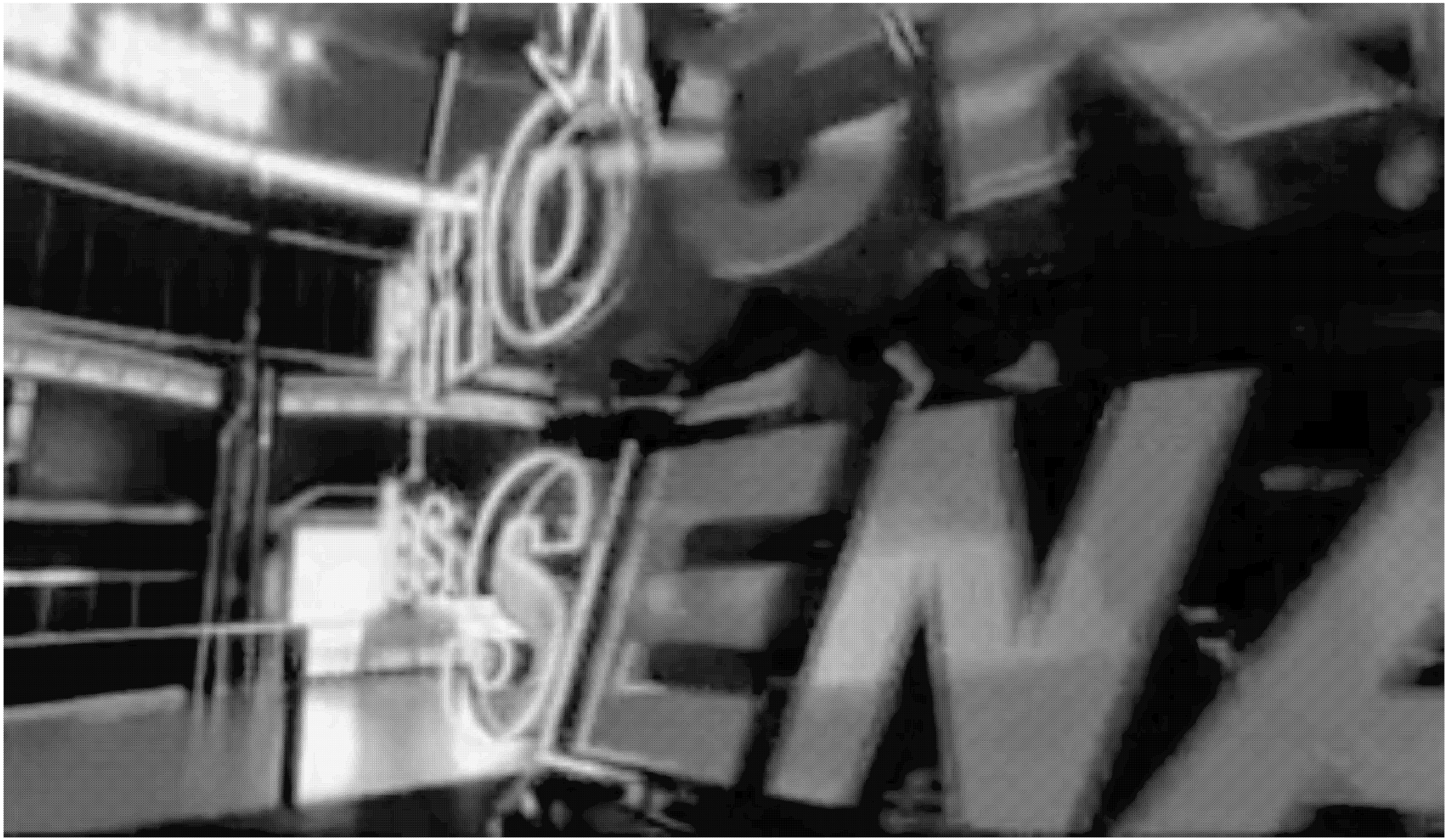
Nombre record de participants aux 20km de Lausanne
12:45 le journal | 27 avril 2013

Charmey inaugure sa nouvelle fromagerie, 9 mois après une explosion mortelle
12:45 le journal | 27 avril 2013





SPORTS



TVA
TVA
IBM dégage un bénéfice net en baisse de 1% au 1er trimestre
2233

RBC Banque Royale
Ouvrez un compte Épargne @ intérêt élevé RBC® dès aujourd'hui.
En savoir plus ›
Une banque de conseils pour vous guider.MC

LNH

LA LONGUE ANNÉE DU LIGHTNING

DERNIÈRES NOUVELLES

- Derby romain en finale
- Manchester United freiné
- Le Paris SG éliminé
- Le Rocket à Sorel-Tracy?
- Bourn sur la liste des blessés
- Les Penguins dominants
- SIC : Mélodie Daoust en lice pour le titre d'athlète

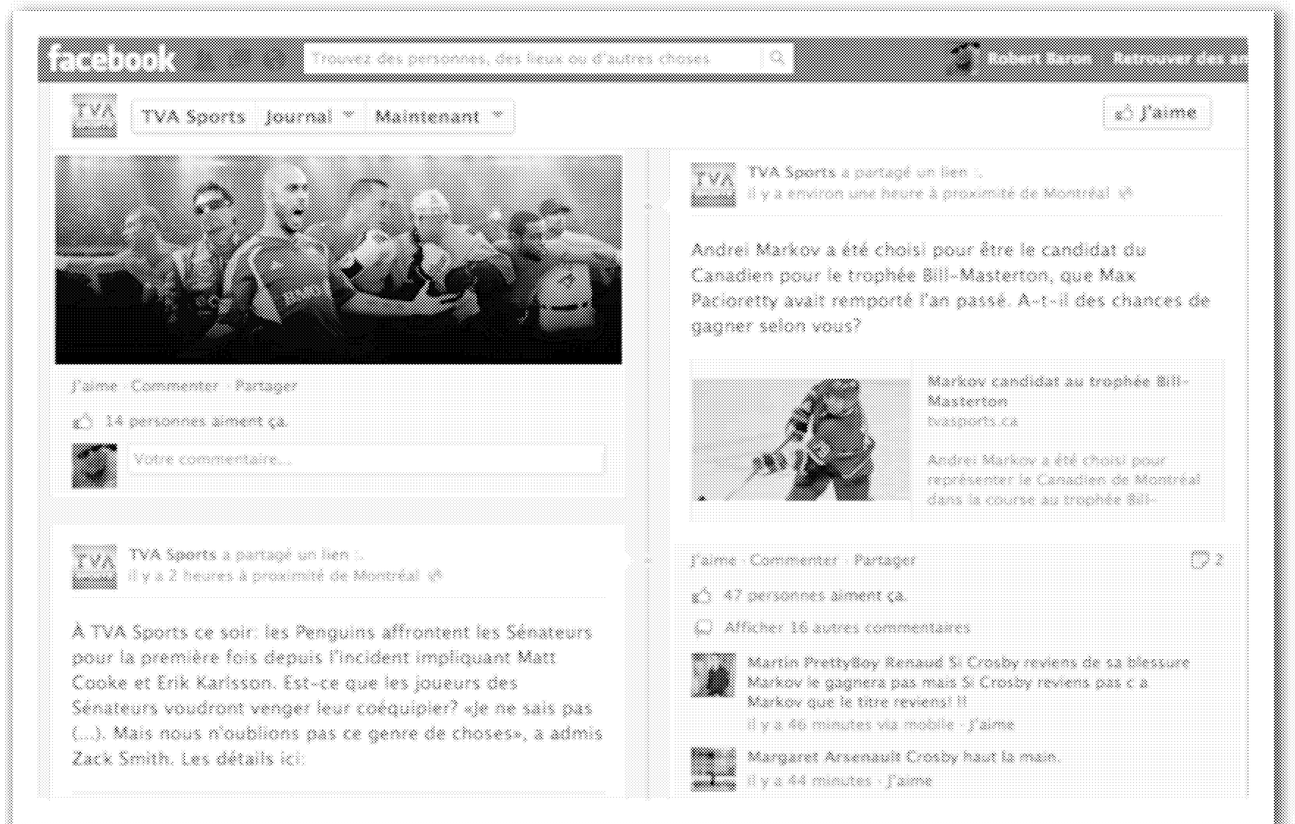
Explorez le

Point de presse atte

Attentat de B

Boulevard Taschereau - F

000224


facebook
Trouvez des personnes, des lieux ou d'autres choses
TVA Sports
Journal
Maintenant
J'aime
TVA Sports a partagé un lien.
Il y a environ une heure à proximité de Montréal
Andrei Markov a été choisi pour être le candidat du Canadien pour le trophée Bill-Masterton, que Max Pacioretty avait remporté l'an passé. A-t-il des chances de gagner selon vous?
J'aime · Commenter · Partager
14 personnes aiment ça.
Votre commentaire...
Markov candidat au trophée Bill-Masterton
tvasports.ca
Andrei Markov a été choisi pour représenter le Canadien de Montréal dans la course au trophée Bill-
TVA Sports a partagé un lien.
Il y a 2 heures à proximité de Montréal
À TVA Sports ce soir: les Penguins affrontent les Sénateurs pour la première fois depuis l'incident impliquant Matt Cooke et Erik Karlsson. Est-ce que les joueurs des Sénateurs voudront venger leur coéquipier? «Je ne sais pas (...). Mais nous n'oublions pas ce genre de choses», a admis Zack Smith. Les détails ici.
J'aime · Commenter · Partager
2
47 personnes aiment ça.
Afficher 16 autres commentaires
Martin PrettyBoy Renaud Si Crosby reviens de sa blessure Markov le gagnera pas mais Si Crosby reviens pas c a Markov que le titre reviens!!!
Il y a 46 minutes via mobile · J'aime
Margaret Arsenault Crosby haut la main.
Il y a 44 minutes · J'aime

Résumé du profil
TVA Sports
@TVASports
Partout au Québec · http://tvasports.ca
31 121
TWEETS
499
ABONNEMENTS
29 636
ABONNÉS
Suivre
TVA Sports @TVASports 1 min
P.K. Subban et David Desharnais en compétition chez le Canadien pour être candidat à la couverture du jeu vidéo NHL14 bit.ly/ZJyGCx
Détails
TVA Sports @TVASports 12 min
Colby Armstrong s'approche d'un retour | Travis Moen laissé de côté? #Habs bit.ly/13qKsWw
Détails
TVA Sports @TVASports 24 min
Penguins-Sénateurs : Latendresse : jouera, jouera pas? | Fleury reste à Pittsburgh pour la naissance de son enfant. bit.ly/17RYleh
Détails
TVA Sports @TVASports 35 min
RT @nic_st_pierre Il y a confusion. Latendresse nous dit qu'il jouera et «coach» Maclean dit qu'il n'y a pas de changement à la formation.
Détails

le journal de montréal

CANADIEN | LEAFS

NON À L'INTIMIDATION

TENNIS

Sharapova est en forme

HOCKEY

Le tirage aura lieu lundi

514.888.8888
Un seul numéro, c'est tout ce qu'il vous faut.
LES PETITES ANNONCES le journal de montréal

SPORTS

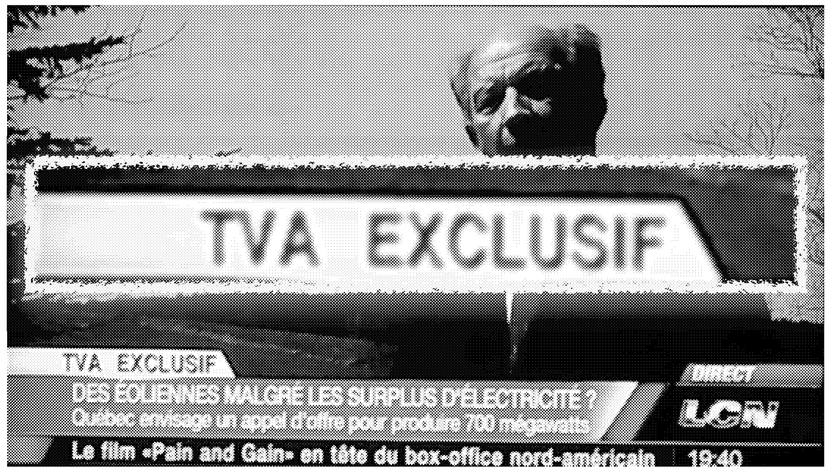
514.888.8888
Un seul numéro, c'est tout ce qu'il vous faut.

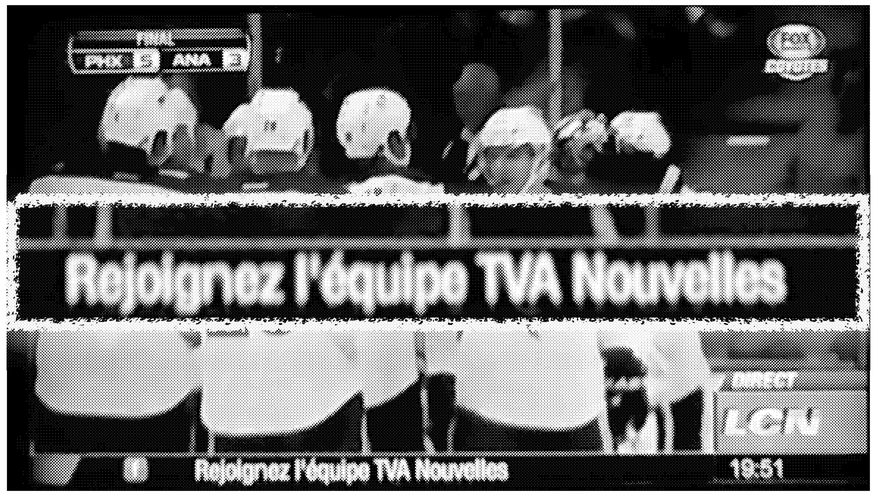
TVA NOUVELLES

VS

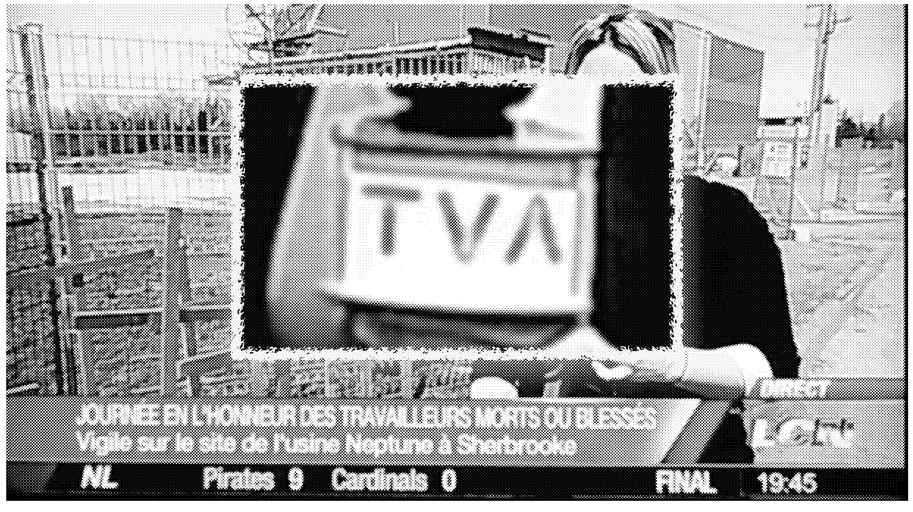
LCN

TVA NOUVELLES





«Ici Michel Morin, TVA Nouvelles»



TVA
NOUVELLES

Google

lcn

lcn Supprimer
lcn **denis levesque**
lcn **web**
lcn **argent**

TVA Nouvelles - Dernière heure, actualité, vidéos, faits divers
tvanouvelles.ca/
Les actualités du Québec, l'information de dernière heure, les nouvelles régionales, nationales, internationales et économiques, faits divers, sport, spectacles, ...
Vous avez consulté cette page 2 fois. Dernière visite : 13-04-28

Actualité
Actualité · Toutes les nouvelles · Les plus populaires · National ...

Vidéos
Code HTML. Vidéos similaires. Vidéos les plus vues. Nouveau ...

Faits divers
Toutes les nouvelles · Les plus populaires · National · Patrouille ...

Sherbrooke
Le combat est terminé pour la maison de répit Papillon d'or de ...

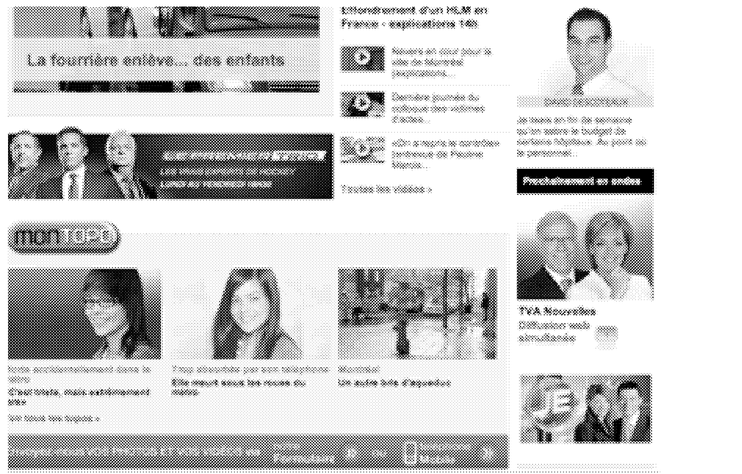
Régions
Québec - Autres régions - Sherbrooke - Saguenay - ...

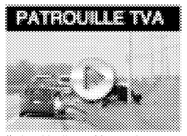
International
Nouvelles internationales et analyses des derniers ...

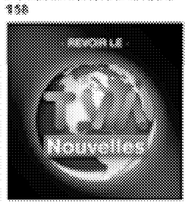
Autres résultats pour tvanouvelles.ca »

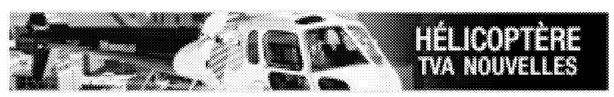
LCN Matin | Facebook
www.facebook.com/lcnmatin
is on Facebook. To connect with **LCN** Matin, sign up for Facebook today. ... **LCN** MATIN: L'Émission parfaite pour savoir tout de l'actualité Rapidement. En direct.

Nouvelles - TVA
tva.canoe.ca/nouvelles
Le nombre de médecins de famille qui quittent le régime public pour la pratique privée ne cesse d'augmenter: il a... (**LCN**) Suite sur TVA Nouvelles. 28 Avril ...









Question Canoe.ca

Êtes-vous en faveur d'une réforme de l'assurance-emploi ?

Oui

Question Québec

Devrait-on repousser de 25 à 40 ans la peine minimale d'incarcération pour les criminels les plus dangereux ?

facebook
Trouvez des personnes, des lieux ou d'autres choses
Robert Baron
Retrouver des amis
TVA
Nouvelles
TVA nouvelles
125 753 j'aime · 22 327 personnes en parlent
J'aime
Message
Réseau de télévision
TVAnouvelles.ca
125 k
Modération page
TVA Nouvelles
L'équipe de TVA Nouvelles encoura
À propos · Suggérer une modification
Photos
Mentions j'aime
Vidéos
Articles 2
À la une
TVA nouvelles a partagé un lien :
hier à proximité de Montréal
Une grande manifestation est organisée par la Coalition québécoise contre la réforme de l'assurance-emploi cet après-midi à Montréal. Les organisateurs espéraient attirer plus de 15 000 personnes.
Mentions j'aime
Afficher tout
TVA Saguenay-Lac-St-Jean
Média/Information/Édition
J'aime
TVA Trois-Rivières
Chaîne TV
J'aime

facebook
Trouvez des personnes, des lieux ou d'autres choses
Robert Baron
Retrouver des amis
Accueil
À propos Le Canal Nouvelles
J'aime
Modifier
Réseau de télévision
Le Canal Nouvelles est une chaîne de télévision spécialisée québécoise d'information continue appartenant au Groupe TVA et sous la direction de la filiale TVA Nouvelles.
2 359 people like this topic
46 people are talking about this topic
Historique
La chaîne a été lancée le. Son tout premier bulletin d'information a été lu par Esther Bégin, qui est demeurée à LCN jusqu'en 2007.
LCN propos...
Lire la suite
De Wikipédia, l'encyclopédie libre · Modifier sur Wikipedia
Pages associées
This Page is automatically generated based on what Facebook users are interested in and not affiliated with or endorsed by anyone associated with the topic. Afficher plus
Create a Page about this topic

Accueil
Connecter
Découvrir
Moi
lcn
Tweets
Personnes
Images les plus populaires
Vidéos populaires
Suggestions · Actualiser · Tout afficher
Walmart Canada @Walmart…
Sponsorisé · Suivre
Radio | Radio-Canada @RC_Radio
Suivi par Radio-Canada Info et d'a…
Suivre
Marc Cassivi @MarcCassivi
Suivi par Le Devoir et d'autres
Suivre
Résultats pour lcn
Tweets Top / Tout / Personnes que vous suivez
TVA nouvelles @tvanouvelles 1 h
Synagogue illégale à Outremont · Revers en cour pour la ville de Montréal bit.ly/14Bu3Tv #tvanouvelles
Ouvrir
TVA nouvelles @tvanouvelles 2 h
Victimes d'actes criminels · 25 propositions ressortent du colloque bit.ly/18aClZo #tvanouvelles
Ouvrir
TVA nouvelles @tvanouvelles 5 h
Porté disparu depuis jeudi · Un plongeur retrouvé sans vie dans Charlevoix bit.ly/ZH3JV9 #tvanouvelles
Ouvrir
TVA nouvelles @tvanouvelles 6 h
Saint-Alexis-de-Montcalm · Accident mortel sur la route 158 bit.ly/14zlXyf #tvanouvelles
Ouvrir
Jean Lapierre @Jean_Lapierre 7 h
Ça et encore bien plus à notre dernière Larocque-Lapierre de la saison. TVA 12:30 Pas de déficit zéro avant 2015 ? tvanouvelles.ca/lcn/infos/nati…
Ouvrir

Applications pour l'Information de Radio-Canada

ICI INFO

ICI INFO

LE RÉSEAU

Pages 237 to / à 238

are withheld pursuant to sections

sont retenues en vertu des articles

18(a), 21(1)(b), 21(1)(d)

of the Access to Information Act

de la Loi de l'accès à l'information

s.21(1)(a)
s.21(1)(b)

ICI INFO

ICI TÉLÉ

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

ICI Première

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

ICI.ca

Services Mobiles | Accessibilité | TOU.TV | ESPACE.MU | JEUNESSE | CBC.ca | Recherche

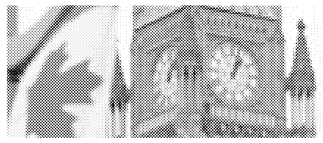
Édition **Montréal** [Changer] | Lundi 15 avril 2013 9 h 27 | Se connecter

Radio-Canada.ca

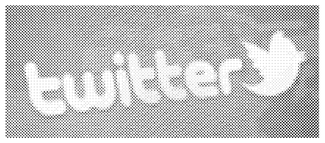
Dossiers | Interactif | Audio - Vidéo | Blogues | Webfictions

Grands titres | International | Politique | Régional | Économie | Sports | Arts et divertissement | Santé | Technologie | Science | Plaisirs | Alimentation | **Télé** | **Radio**

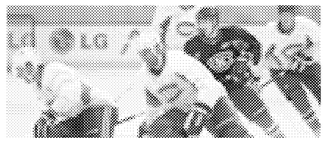
Une victoire à l'arraché pour Nicolas Maduro



La nouvelle dynamique à la Chambre des communes



Twitter chassé des salles d'audience



Si la saison avait 82 matchs…

Attention, les dragons ont l'œil!

3°C à Montréal [Changer]

Écoles fermées | Conditions routières

DERNIÈRE HEURE

La commission confirme que l'ex-président du comité exécutif Frank Zampino suivra Trépanier à la barre

Après le couronnement, le baptême du feu

Plusieurs défis de taille attendent Justin Trudeau au lendemain de son élection à la

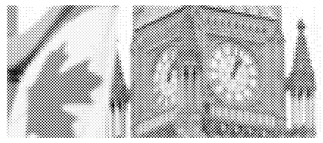
PUBLICITÉ

000242

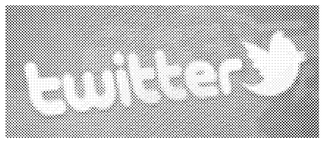
s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

ICI.ca

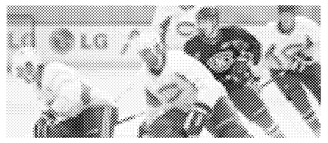
Une victoire à l'arraché pour Nicolas Maduro



La nouvelle dynamique à la Chambre des communes



Twitter chassé des salles d'audience



Si la saison avait 82 matchs…

Attention, les dragons ont l'œil!

3°C à Montréal [Changer]

Écoles fermées | Conditions routières

DERNIÈRE HEURE

La commission confirme que l'ex-président du comité exécutif Frank Zampino suivra Trépanier à la barre

Après le couronnement, le baptême du feu

Plusieurs défis de taille attendent Justin Trudeau au lendemain de son élection à la

PUBLICITÉ

000243

Page 244

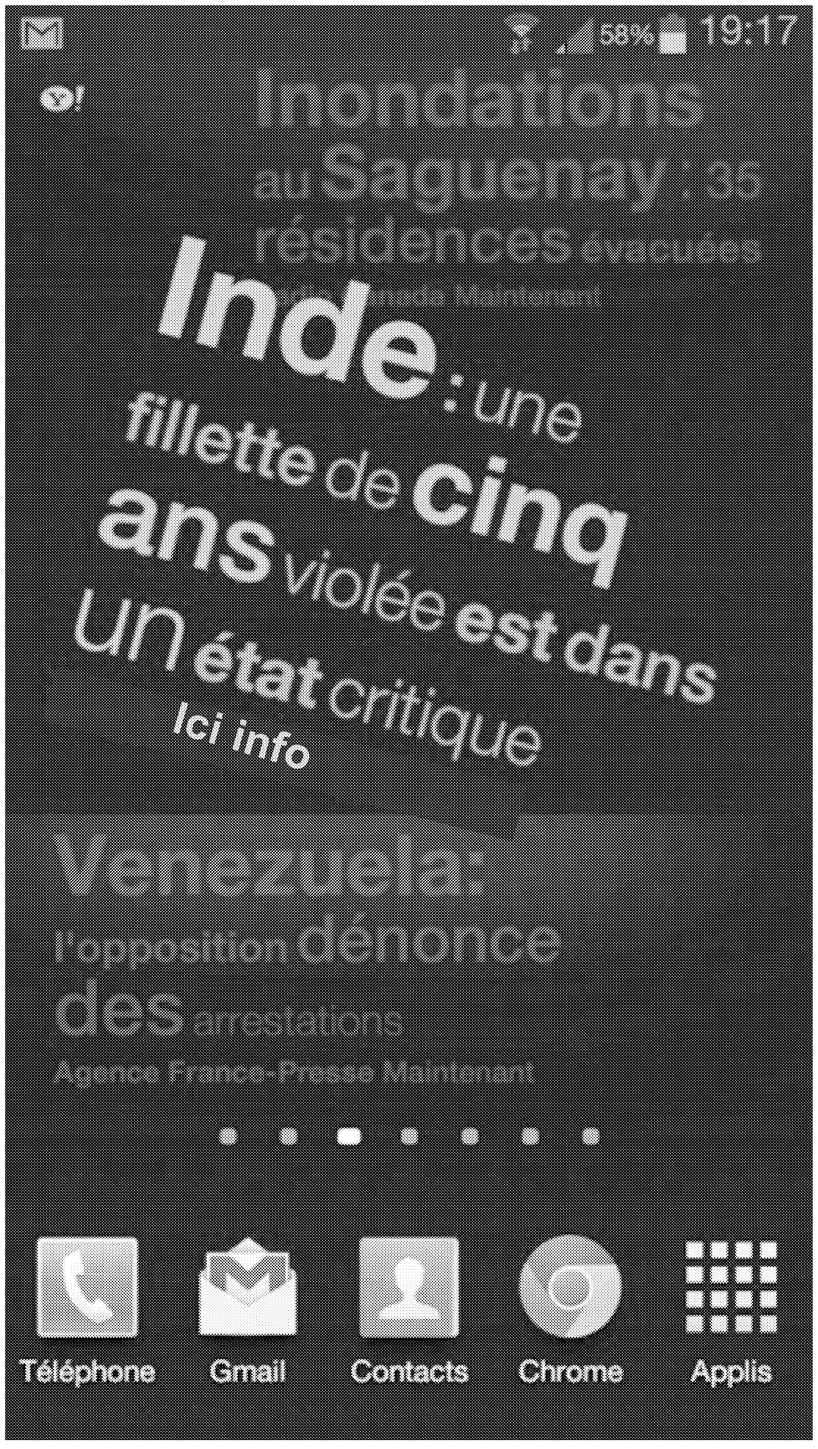
is withheld pursuant to sections

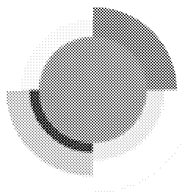
est retenue en vertu des articles

18(a), 21(1)(b), 21(1)(d)

of the Access to Information Act

de la Loi de l'accès à l'information


58% 19:17
Inondations
au Saguenay : 35
résidences évacuées
Inde : une
fillette de cinq
ans violée est dans
un état critique
Ici info
Venezuela:
l'opposition dénonce
des arrestations
Agence France-Presse Maintenant
Téléphone
Gmail
Contacts
Chrome
Applis



ICI.ca

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Réseaux sociaux

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Réseaux sociaux : page d'émission

Sites externes

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Applications pour l'Information de Radio-Canada

ICI INFO + ICI RDI

Applications pour l'Information de Radio-Canada

ICI RDI

Pages 253 to / à 254

are withheld pursuant to sections

sont retenues en vertu des articles

18(a), 21(1)(b), 21(1)(d)

of the Access to Information Act

de la Loi de l'accès à l'information

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Des émissions **Ici info** sur **Ici RDI**

s.21(1)(a)
s.21(1)(b)

ICI INFO

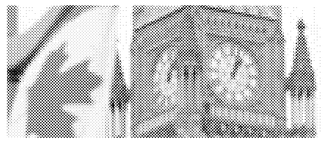
ICI RDI

ICI Première

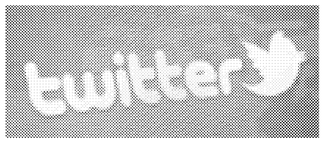
s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

ICI.ca

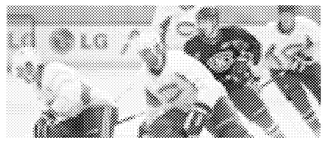
Une victoire à l'arraché pour Nicolas Maduro



La nouvelle dynamique à la Chambre des communes



Twitter chassé des salles d'audience



Si la saison avait 82 matchs…

Attention, les dragons ont l'œil!

3°C à Montréal [Changer]

Écoles fermées | Conditions routières

DERNIÈRE HEURE

La commission confirme que l'ex-président du comité exécutif Frank Zampino suivra Trépanier à la barre

Après le couronnement, le baptême du feu

Plusieurs défis de taille attendent Justin Trudeau au lendemain de son élection à la

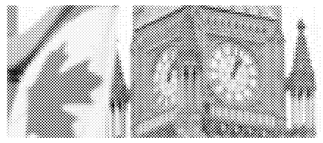
PUBLICITÉ

000259

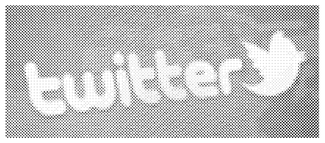
s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

ICI.ca

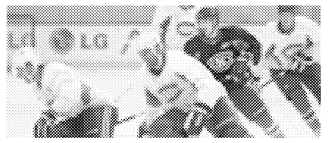
Une victoire à l'arraché pour Nicolas Maduro



La nouvelle dynamique à la Chambre des communes



Twitter chassé des salles d'audience



Si la saison avait 82 matchs…

Attention, les dragons ont l'œil!

3°C à Montréal [Changer]

Écoles fermées | Conditions routières

DERNIÈRE HEURE

La commission confirme que l'ex-président du comité exécutif Frank Zampino suivra Trépanier à la barre

Après le couronnement, le baptême du feu

Plusieurs défis de taille attendent Justin Trudeau au lendemain de son élection à la

PUBLICITÉ

000260

Services Mobiles
Accessibilité
TOU.TV
ESPACE.MU
ZONE JEUNESSE
CBC.ca
Recherche
Nous avons déterminé une édition pour vous : Montréal. Est-ce que cela vous convient? Oui Non
Édition Montréal [Changer]
Dimanche 28 avril 2013 21 h 45
Se connecter
Radio-Canada.ca
Dossiers Interactif Audio - Vidéo Blogues Webfictions
Grands titres International Politique Régional Économie Sports Arts et divertissement Santé Technologie Science Plaisirs Alimentation
Télé
Radio

Page 262

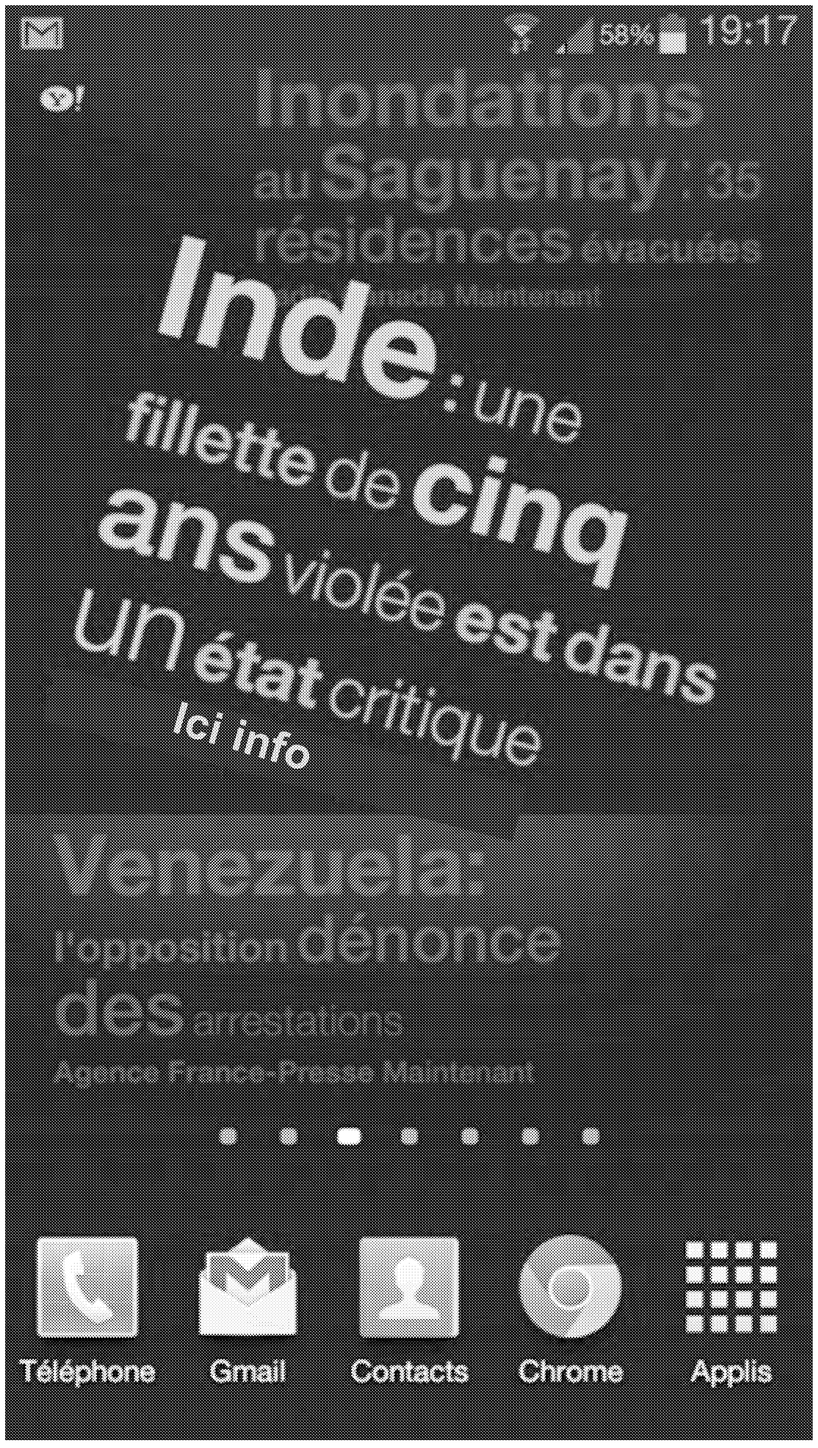
is withheld pursuant to sections

est retenue en vertu des articles

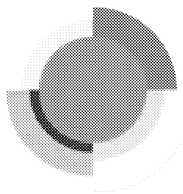
18(a), 21(1)(b), 21(1)(d)

of the Access to Information Act

de la Loi de l'accès à l'information


58% 19:17
Inondations
au Saguenay : 35
résidences évacuées
Inde : une
fillette de cinq
ans violée est dans
un état critique
Ici info
Venezuela:
l'opposition dénonce
des arrestations
Agence France-Presse Maintenant
Téléphone
Gmail
Contacts
Chrome
Applis

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)



s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Réseaux sociaux

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Réseaux sociaux : page d'émission

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Sites externes

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

RADIO-CANADA

NOMENCLATURE DE LA CHAÎNE TÉLÉVISION

COHÉSION

Explorations – pour revue et discussion

Présenté à Louis Lalande, Guylaine Bergeron et Robert Baron
Le 21 septembre 2012

RECOMMANDATIONS PRELIMINAIRES

ici TV

ici VISION

SESSION DE CREATIVITE 1

ici TOUT

ici PLURIEL

ici DIRECT

ici vu

ici ACCÈS

ici ACTUEL

ici TÉLÉVIZ

ici FOCUS

ICI DIVERSITÉ

ici PUBLIC

ICI ET LÀ

ici POUR TOUS

ici COULEURS

SESSION DE CRÉATIVITÉ 2

L'UNIVERS DE LA TÉLÉVISION

DESCRIPTEUR, FACTUEL

ici VISUEL

ici ANTENNE

ici TV1

ici 1

ici EN ONDES

ICI RÉSEAU

SIGNATURE OU PROMESSE

ICI PRÉSENT

ICI RENDEZ-VOUS

ici PARTOUT

ICI TOUT PRÈS

ICI À L'ÉCOUTE

ici TOUJOURS

ici VRAI

ici POUR VOUS

ici COLLECTIF

ICI MULTIPLE

ici MAINTENANT

MARQUES ET SOUS-MARQUES

- ici devient endosseur plutôt que la marque
- Sous-marque s'inscrit dans le vocabulaire

ici REGARDS

ici REFLETS

ici NUANCES

ici PRISME

ici MOSAÏQUE

MARQUE DERIVEE

ici TOUTV

FINALISTES

ICI TÉLÉ

ici TV

Noms de domaine pour le repositionnement de Radio-Canada

.ca	.com	.tv	.net / org	.mu
ici.ca	ici.com en négo	ici.tv	ici.net	ici.mu
icitv.ca en négo	icitv.com	icitv.tv	icitv.net	
icitele.ca en négo	icitele.com	icitele.tv	icitele.net	
ici-tv.ca	ici-tv.com	ici-tv.tv	ici-tv.net	
ici-tele.ca	ici-tele.com	ici-tele.tv	ici-tele.net	
icitelevision.ca	icitelevision.com	icitelevision.tv	icitelevision.net	
ici-television.ca	ici-television.com	ici-television.tv	ici-television.net	
icirdi.ca	icirdi.com	icirdi.tv	icirid.net	
ici-rdi.ca	ici-rdi.com	ici-rdi.tv	ici-rdi.net	
iciartv.ca	iciartv.com	icartv.tv	iciartv.net	
		iciart.tv		
ici-artv.ca	ici-artv.com	ici-artv.tv	ici-artv.net	
iciexplora.ca	iciexplora.com	iciexplora.tv	iciexplora.net	
ici-explora.ca	ici-explora.com	ici-explora.tv	ici-explora.net	
iciinfo.ca	iciinfo.com	iciinfo.tv	iciinfo.net	
ici-info.ca	ici-info.com	ici-info.tv	ici-info.net	
icipremiere.ca	icipremiere.com	icipremiere.tv	icipremiere.net	
ici-premiere.ca	ici-premiere.com	ici-premiere.tv	ici-premiere.net	
icimusique.ca	icimusique.com	icimusique.tv	icimusique.net trop cher	

.ca	.com	.tv	.net / org	.mu
ici-musique.ca	ici-musique.com	ici-musique.tv	ici-musique.net	
icibandeapart.ca	icibandeapart.com	icibandeapart.tv	icibandeapart.net	
ici-bandeapart.ca	ici-bandeapart.com	ici-bandeapart.tv	ici-bandeapart.net	
ici-bande-a-part.ca	ici-bande-a-part.com	ici-bande-a-part.tv	ici-bande-a-part.net	
icitoutv.ca	icitoutv.com	icitoutv.tv	icitou.tv	
ici-toutv.ca	ici-toutv.com	ici-toutv.tv	ici-tou.tv	
icisports.ca	icisports.com	icisports.tv	icisports.net	
ici-sports.ca	ici-sports.com	ici-sports.tv	ici-sports.net	
iciradio-canada.ca	iciradio-canada.com	iciradio-canada.tv	iciradio-canada.net	iciradio-canada.mu
			iciradio-canada.org	
ici-radio-canada.ca	ici-radio-canada.com	ici-radio-canada.tv	ici-radio-canada.net	ici-radio-canada.mu
			ici-radio-canada.org	
iciradiocanada.ca	iciradiocanada.ca	iciradiocanada.tv	iciradiocanada.net	iciradiocanada.mu
			ciradiocanada.org	

Aussi	ici.info négo en arrêt

nous possédons	en négociation	nous ne possédons pas
à demander		

NOMS DISPONIBLES

iCi

iCi ARTV

iCi Première

iCi Vision

iCi Explora

iCi Musique

iCi Info

iCi Tou.tv

iCi Bande à part

Marques dans des territoires connexes

Ici

- Marque de commerce : TÉLÉ-INT-TEL TVHD VOTRE CANAL RÉGIONAL D'ICI
- Admise, mais non enregistrée

Ici Montréal

- Propriété de Groupe TVA Inc.
- Enregistrée 2012

Le Réseau d'Ici

- Signature publicitaire de TVA
- ± 10 ans

000321

NOMS DE DOMAINES

	Noms disponibles	Noms non-disponibles
ici ici.ca : nom de domaine à vendre	-	.com .net .tv
ici-tv	.ca .com .net .tv	
ici-rdi	.ca .com .net .tv	
ici-explora	.ca .com .net .tv	

000322

NOMS DE DOMAINES

	Noms disponibles	Noms non-disponibles
iciradio	.ca .net .tv	.com
ici-radio	.ca .com .net .tv	
icivision	.ca .net .tv	.com
ici-vision	.ca .com .net .tv	

000323

NOMS DE DOMAINES

	Noms disponibles	Noms non-disponibles
iciinfo	.ca .net .tv	.com
ici-info	.ca .net .tv	.com
iciart	.ca .com .net .tv	
ici-art	.ca .com .net .tv	

000324

NOMS DE DOMAINES

	Noms disponibles	Noms non-disponibles
icipremiere	.ca .com .net	
ici-premiere	.ca .com .net	
ici-musique	.ca .com .net	
icimusique	.ca	.com .net

000325

NOMS DE DOMAINES

	Noms disponibles	Noms non-disponibles
icibandeapart	.ca .com .net	
ici-bandeapart	.ca .com .net	
ici-bande-a-part	.ca .com .net	
iciapart	.ca .com .net	
ici-a-part	.ca .com .net	

000326

NOMS DE DOMAINES

	Noms disponibles	Noms non-disponibles
icitou	.tv .ca .com .net	
ici-tou	.tv .ca .com .net	
icitoutv	.tv .ca .com .net	
ici-toutv	.tv .ca .com .net	

000327

NOMS DE DOMAINES

AUTRES	Noms disponibles	Noms non-disponibles
ici-radiocanada	.ca .com .net .tv	
ici-information	.ca .com .net .tv	
ici-culturel	.ca .com .net .tv	

000328

CHANTIER DE REPOSITIONNEMENT
MON ESPACE VIVANT

IDENTITÉ ET HABILLAGE

DIRECTION GÉNÉRALE, COMMUNICATIONS
ET IMAGE DE MARQUE

LA STRATÉGIE DE LANCEMENT DE LA NOUVELLE ARCHITECTURE

Le 5 juin

Radio-Canada **dévoile les signatures graphiques** de tous ses médias.

Début : à la rentrée d'automne 2013

L'entrée en fonction sera au fur et à mesure du renouvellement des chaînes.

La mise en opération de l'architecture prendra environ un an.

LE PLAN DE COMMUNICATION-MARKETING EST EN PHASE AVEC LE LANCEMENT

2013

juin	juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre
5 Lancement	Campagne image ici télé	Campagne de produits automne ici télé		Campagne image ici.ca	1 Campagne Sotchi	1 Campagne image ici rdi
5 ... Campagne d'image ici	Campagne image ici première	Campagne de produits automne ici première				
		19 Début de ici première	9 Début de ici télé	15 **Début ici déjà** 21 ou 28 Début de ici.ca		15 Début ici explora Début ici artv

2014

janvier	février	mars	à venir...
6 Début ici rdi	24 Début ici tou.tv		Début ici musique
			Début ici.mu

LES LOGOS DE NOS MARQUES : UNE APPROCHE COHÉRENTE

Notre contexte média

=

Une identité de groupe plus marquée

DES EXEMPLES

BBC

Télévision

BBC one · BBC TWO · BBC three · BBC FOUR · CBBC · CBeebies · BBC HD · BBC ALBA

Radio

BBC RADIO 1 · 1Xtra · 2 · 3 · 4 · 4extra · 5 live · 5 live sports extra · 6 music · Asian Network

Rai 1 · Rai 2 · Rai 3 · Rai 4 · Rai 5 · Rai Sport 1 · Rai Sport 2 · Rai Gulp · Rai HD · Rai Televideo · Rai YoYo

Rai radio 1 · Rai radio 2 · Rai radio 3 · Rai isoradio · Rai webradio · Rai radio international

Rai News · Rai Fiction · Rai Cinema · Rai Movie · Rai Storia · Rai Premium · Rai Scuola · Rai Segretariato Sociale

Rai World · Rai Med · Rai Eri · Rai Teche · Rai 4K · Rai .tv

Rai : Radiotelevisione Italiana, principal groupe audiovisuel public italien.

ARCHITECTURE ACTUELLE

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

TÉLÉVISION

RDI

EXPLORA

ARTV

LA RADIO DE RADIO-CANADA

90,7 FM PREMIÈRE CHAÎNE

ESPACE MUSIQUE 100,7 FM

BANDE À PART

.ca

TOU.TV

espace.mu

Le mandat :

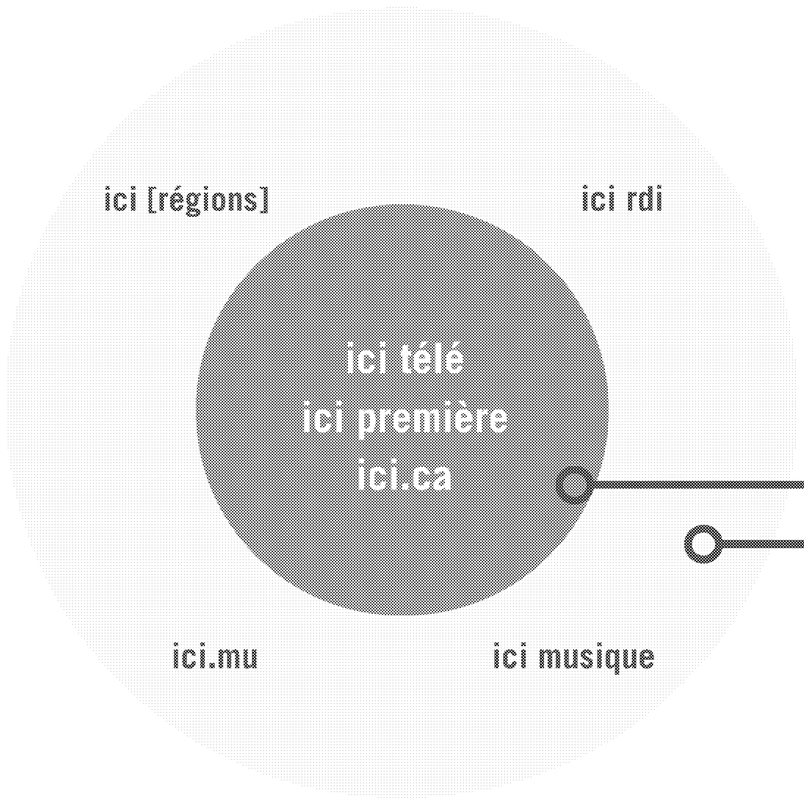
1. Diagnostiquer l'architecture actuelle
2. La simplifier
3. Refléter le nouveau positionnement
4. Imaginer des dénominations
5. Créer un système qui représente l'avenir de l'organisation

LE CONCEPT DE L'ARCHITECTURE

PREMIER NIVEAU :
les marques qui expriment l'ADN de Radio-Canada

ici télé
ici première
ici.ca

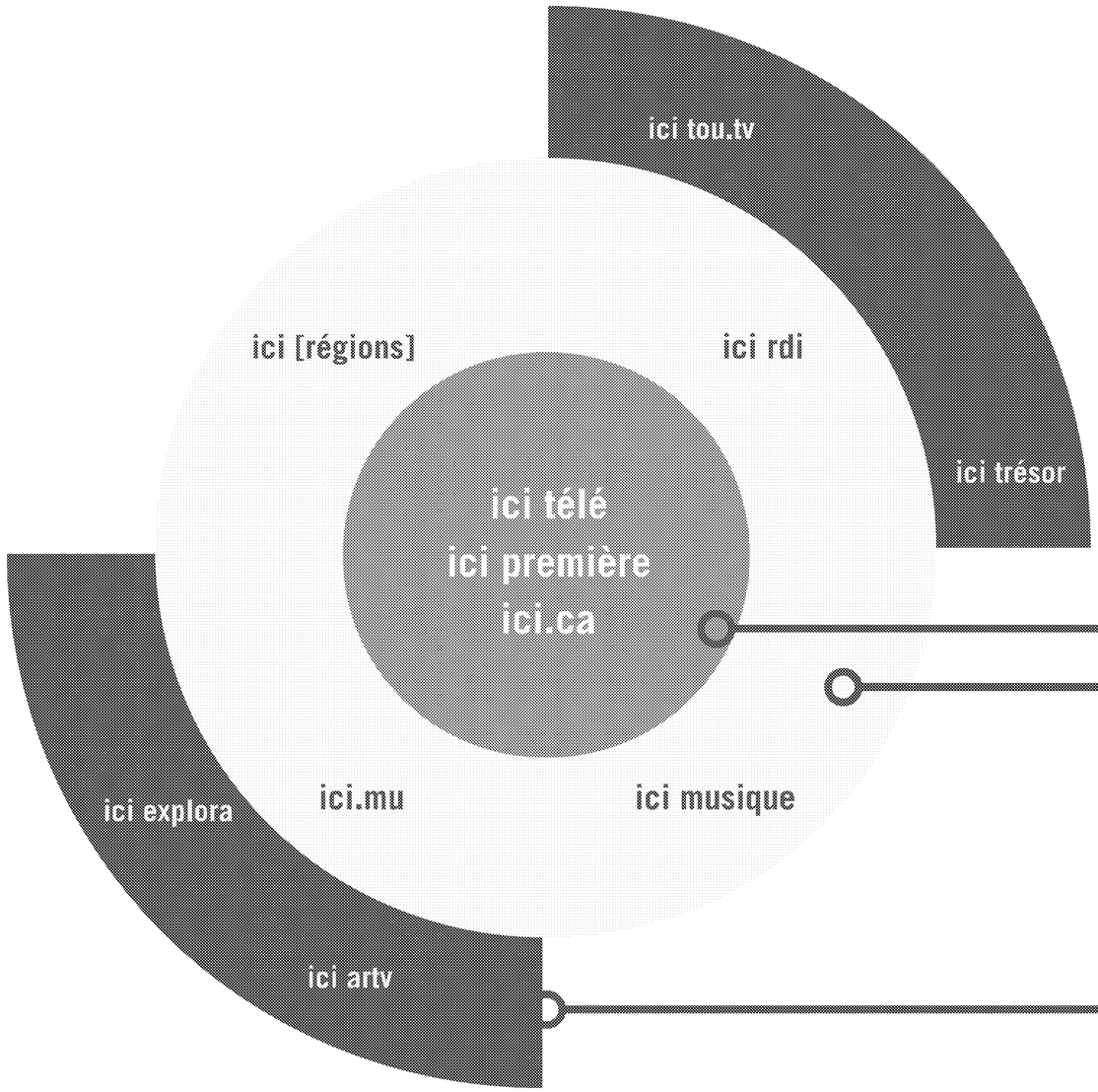
LE CONCEPT DE L'ARCHITECTURE



PREMIER NIVEAU :
les marques qui expriment l'ADN de Radio-Canada

SECOND NIVEAU :
Les marques qui expriment les compétences, les avantages concurrentiels de Radio-Canada

LE CONCEPT DE L'ARCHITECTURE



PREMIER NIVEAU :
les marques qui expriment l'ADN de Radio-Canada

SECOND NIVEAU :
Les marques qui expriment les compétences, les avantages concurrentiels de Radio-Canada

TROISIÈME NIVEAU :
Les marques spécialisées et à forte personnalité de Radio-Canada

LES LOGOS DE NOS MARQUES : UNE APPROCHE COHÉRENTE

Un logo n'a pas à traduire toute la promesse de la marque; il y a d'autres identifiants

Un choix de typo à l'image du positionnement : **Rubrik**

ICI

ICI TÉLÉ

ICI Première

ICI.ca

ICI RDI

ICI Musique

ICI TOU.TV

ICI artv

ICI.mu

ICI Explora

ICI DÉJÀ

ICI [région]

JULIEN VALLETTE
CLAUDE FRIGON

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Pages 344 to / à 350

are withheld pursuant to sections

sont retenues en vertu des articles

18(a), 21(1)(b), 21(1)(d)

of the Access to Information Act

de la Loi de l'accès à l'information

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Pages 353 to / à 354

are withheld pursuant to sections

sont retenues en vertu des articles

18(a), 21(1)(b), 21(1)(d)

of the Access to Information Act

de la Loi de l'accès à l'information

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Pages 356 to / à 357

are withheld pursuant to sections

sont retenues en vertu des articles

18(a), 21(1)(b), 21(1)(d)

of the Access to Information Act

de la Loi de l'accès à l'information

Pages 359 to / à 362

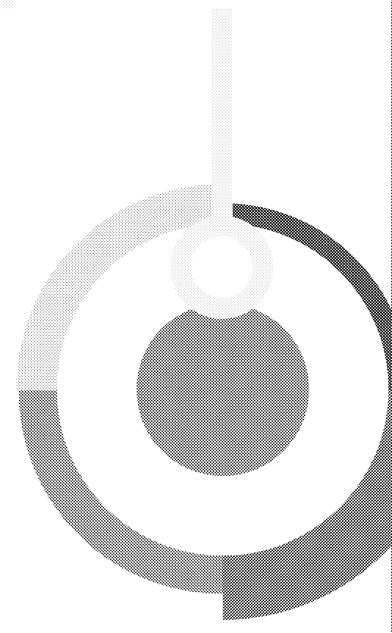
are withheld pursuant to sections

sont retenues en vertu des articles

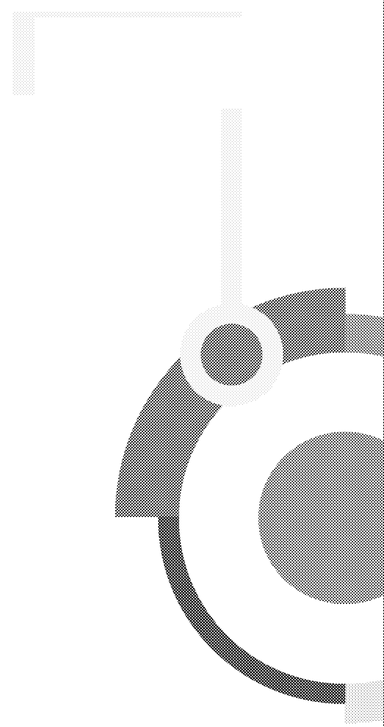
18(a), 21(1)(b), 21(1)(d)

of the Access to Information Act

de la Loi de l'accès à l'information



s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)



s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

Page 372

is withheld pursuant to sections

est retenue en vertu des articles

18(a), 21(1)(b), 21(1)(d)

of the Access to Information Act

de la Loi de l'accès à l'information

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

ÉTUDE QUALITATIVE SURLA NOUVELLE IDENTITÉ DE MARQUE

Ad hoc recherche

LES PRINCIPAUX CONSTATS

- La nouvelle identité Ici est accueillie avec une **nette ouverture**
- Ici a le potentiel de **faire évoluer** l'image de Radio-Canada dans le sens du nouveau positionnement
- Ici met en valeur **l'étendue de l'offre** de Radio-Canada
- Les nouvelles identités sont **très bien reçues** et **véhiculent clairement** le nouveau positionnement

LA MOLÉCULE

- Un logo très largement reconnu
- Association à Radio-Canada : 100%
- Systématiquement associé à la Télévision
- Une marque riche en évocations
- Une identité claire et forte, solidement ancrée

POURQUOI ICI ?

ICI

- Ici est familier et fortement associé à Radio-Canada
- Ici fait largement consensus
- Ici = richesse et diversité de significations favorables
  - Un lieu géographique, de diffusion et identitaire
  - Un moment dans le temps
  - Une relation interpersonnelle

L'ANCIENNE SIGNATURE GRAPHIQUE

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Radio-Canada

«L'ASSOCIATION AVEC LA CHAÎNE OU LE MÉDIA EST **SPONTANÉE ET CLAIRE**»

Ça aide à comprendre l'environnement de Radio-Canada

ICI TÉLÉ

ICI RDI

ICI artv

ICI EXPLORA

ICI DÉJÀ

ICI Première

ICI MUSIQUE

ICI.ca

ICI TOU.TV

ICI.mu

ICI [région]

Ça me donne le sentiment que Radio-Canada a beaucoup de chaînes.

Moi, je ne savais pas que ARTV et Explora étaient avec Radio-Canada [...] C'est plus riche

«LA RÉACTION EST **RÉSOLUMENT POSITIVE**»

C'est comme du beurre dans la poêle.

ICI TÉLÉ

ICI RDI

ICI artv

ICI EXPLORA

ICI DÉJÀ

ICI Première

ICI MUSIQUE

ICI.ca

ICI TOU.TV

ICI.mu

Avant, ça faisait trop sérieux... Ils sont plus smooth en vieillissant, moins fermés.

ICI [région]

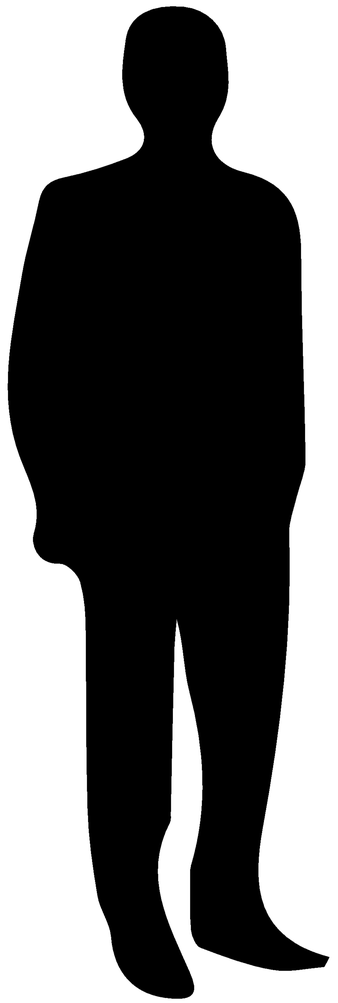
Plus ouvert à leur clientèle.

Ça reprend la forme traditionnelle. On n'est pas dépaysé avec le Ici. On est tellement imprégné de ça, c'est naturel.

«UN LANGAGE VISUEL JUGÉ **FRAIS, VIVANT, MODERNE ET COHÉRENT**»

SI RADIO-CANADA ÉTAIT UNE PERSONNE, IL SERAIT...

Radio-Canada



ICI

UN NOUVEAU TON POUR LES COMMUNICATIONS

NOUVEAU TON

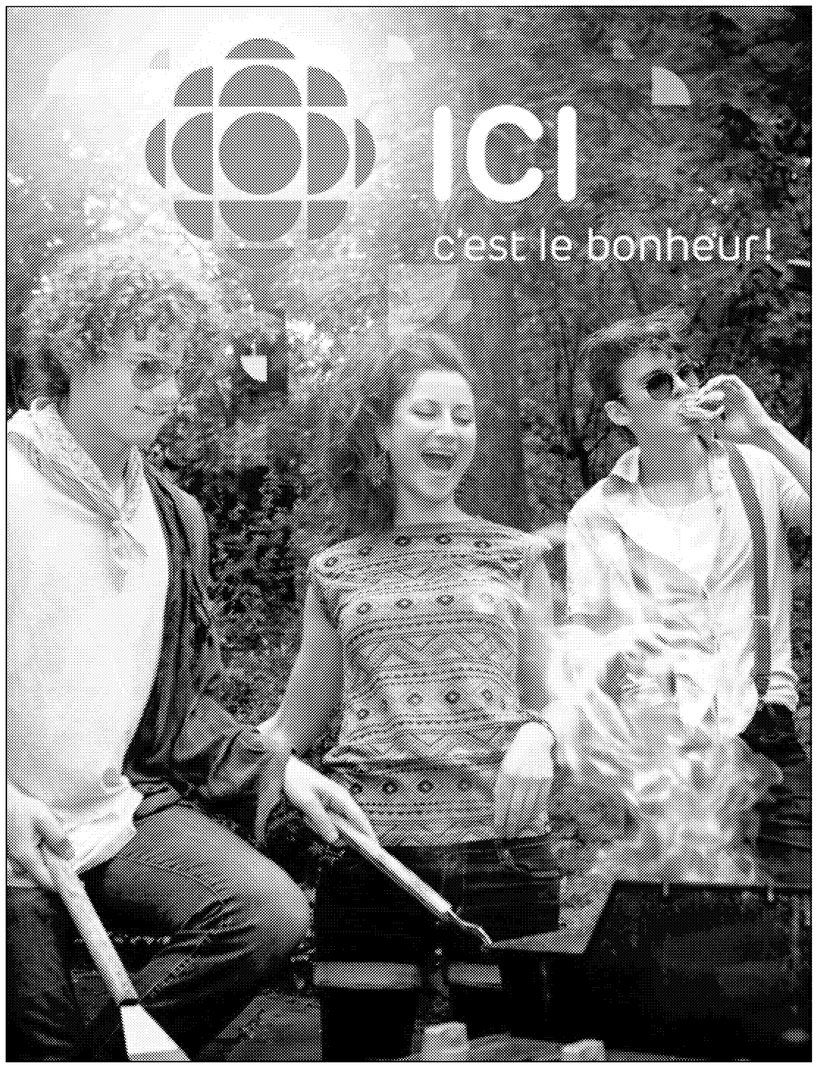
NOUVELLE ATTITUDE

CAMPAGNE DE LANCEMENT **ICI**

CAROLE PELLETIER
VÉRONIQUE PELLETIER
DANIEL PLAISANCE

MESSAGES TELE

MESSAGES RADIO

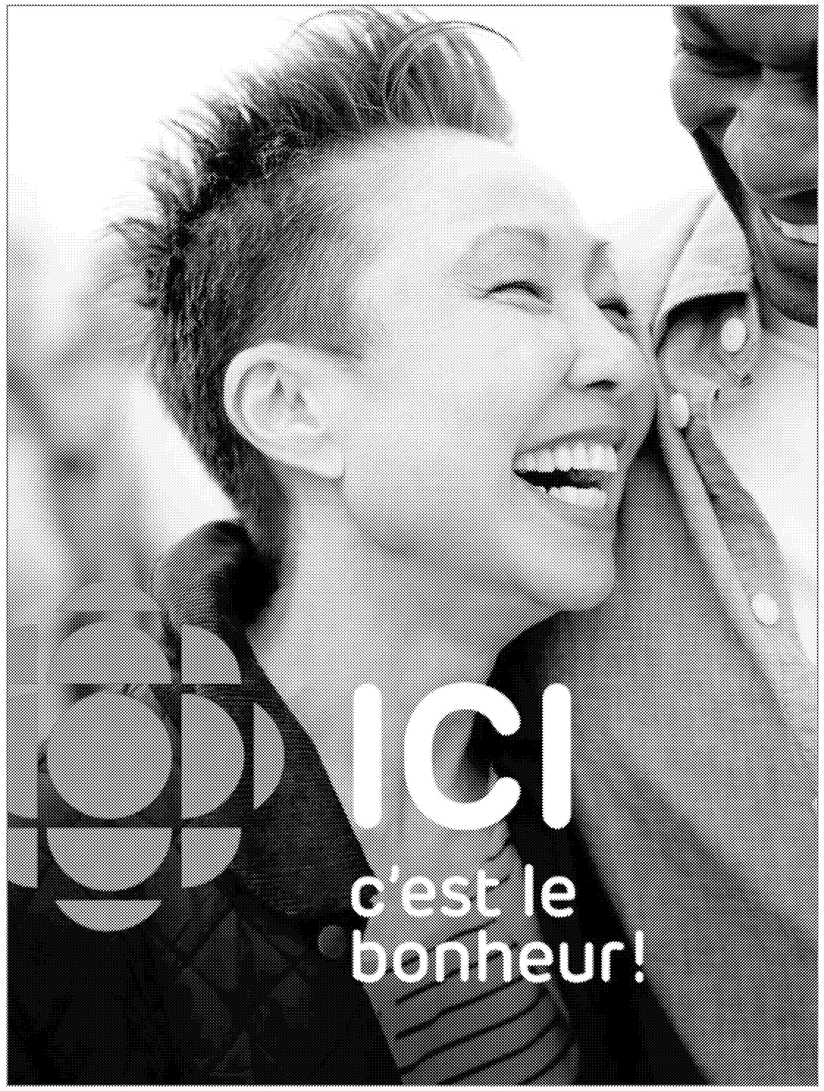

ICI
c'est le bonheur!

ICI
c'est le bonheur!

ICI
tout est permis!

ICI
c'est le bonheur!

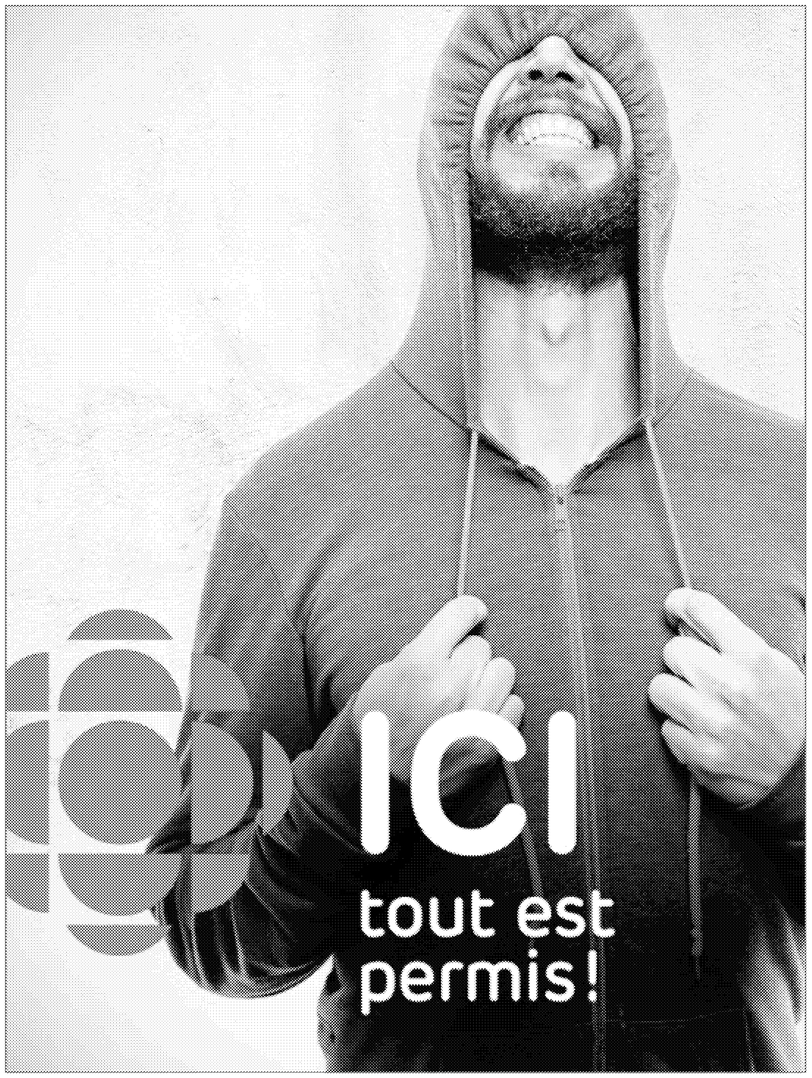
ICI
c'est le
bonheur!

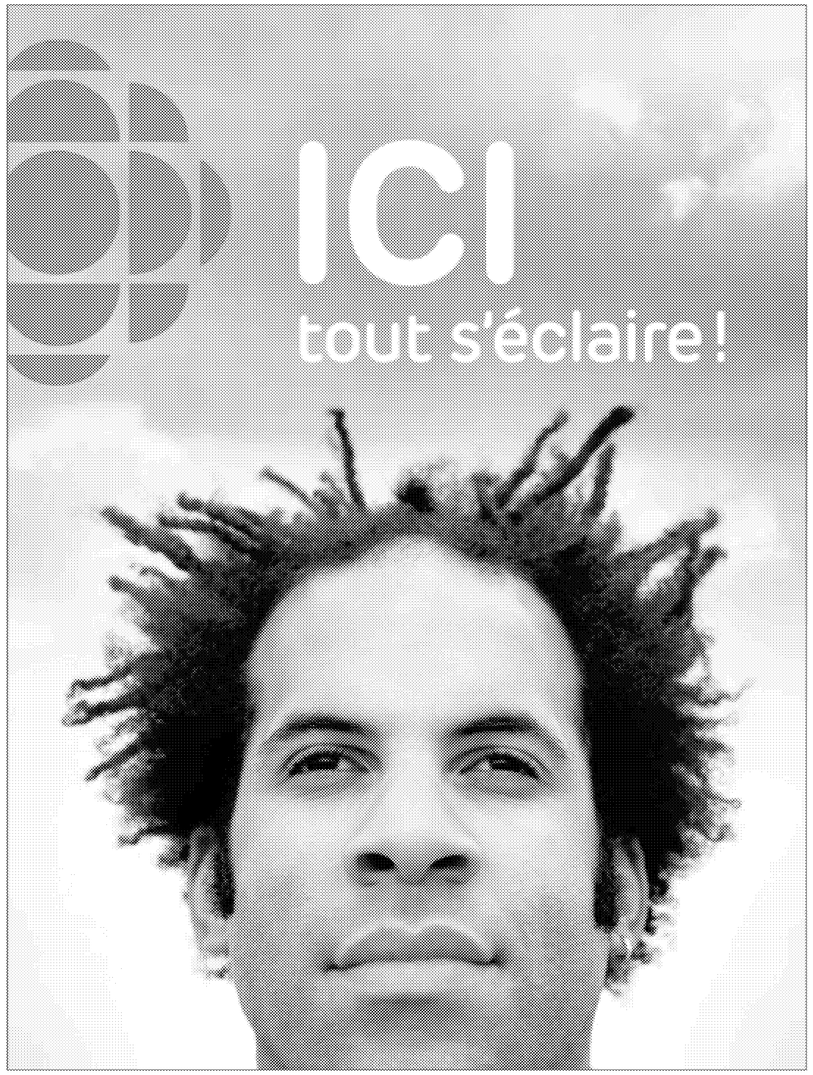

ICI
c'est le
bonheur!

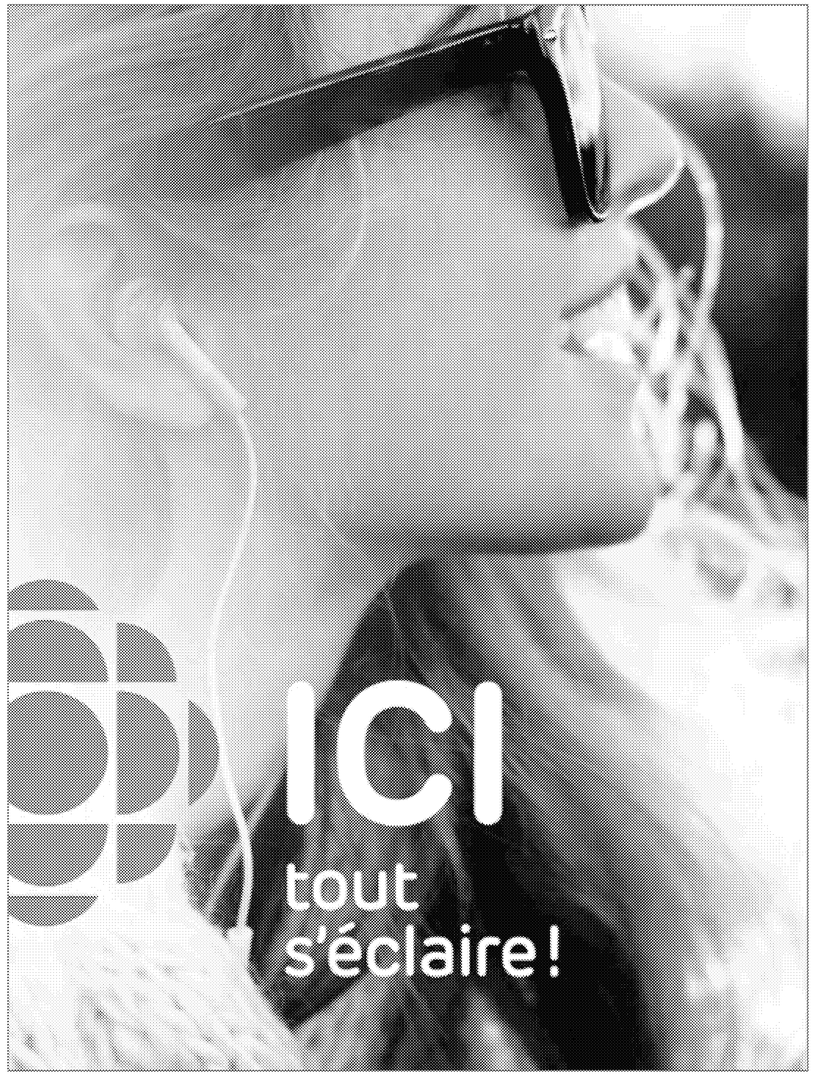
ICI
tout
est possible !

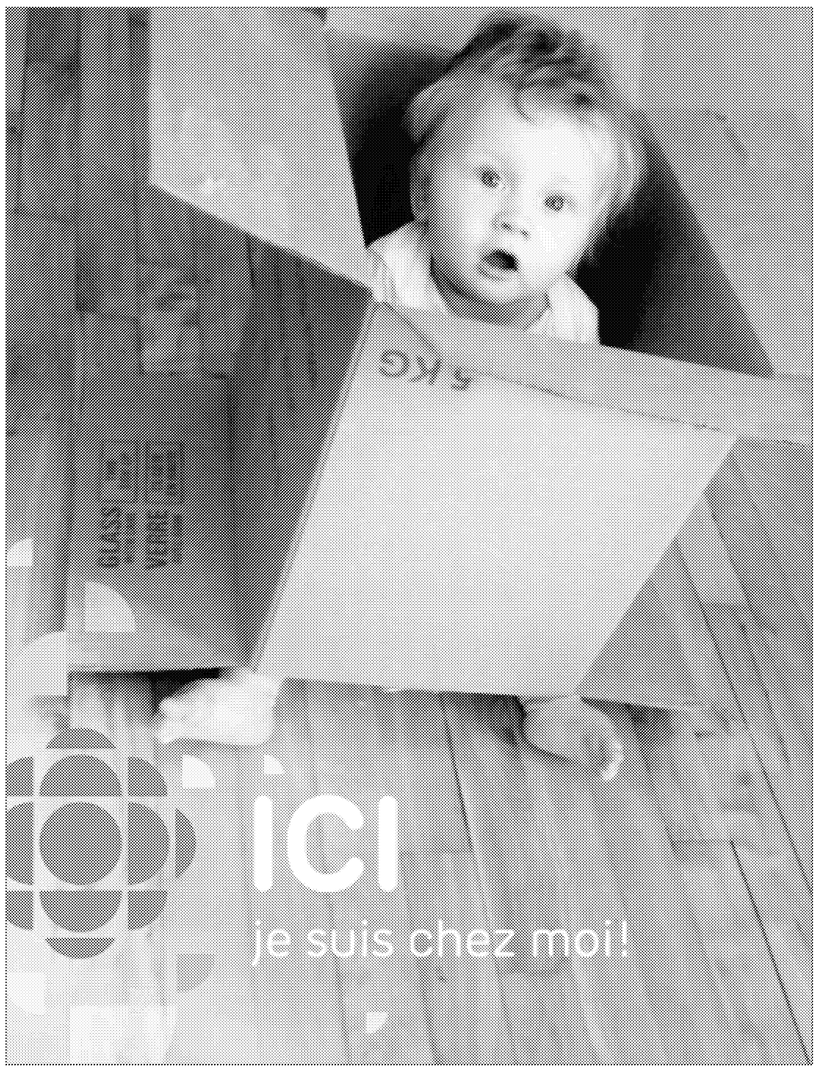
ICI
tout est
permis !

ICI
tout est permis !


ICI
tout est
permis !


ICI
tout s'éclaire !


ICI
tout
s'éclaire !


ICI
je suis chez moi!

ICI
tout est
possible!

ICI
tout s'éclaire!

Radio-Canada.ca | Information, radio, télé, sports, Arts et divertissement
www.radio-canada.ca
Bientôt, Radio-Canada devient ICI
Radio-Canada.ca
Vote de la motion pour définir l'être humain
Les tentacules de la mafia à Montréal
Pénurie mondiale de bacon?
Le bonheur des Canadiens
Sim et ces enfants de la télé
Amir Khadir et Françoise David assermentés aujourd'hui
COUVERTURE EN DIRECT - Les deux députés de Québec solidaire, Amir Khadir et Françoise David, prêtent serment aujourd'hui à 14 h au Salon rouge de l'Assemblée…
Commission Charbonneau : des échanges d'argent sur vidéo
COUVERTURE EN DIRECT - Plusieurs vidéos montrant des entrepreneurs en construction de la région de Montréal venant porter de l'argent au quartier général du clan…
MONTRÉAL [Changer]
Le maire Tremblay perd un précieux collaborateur
André Lavallée, ancien maire de l'arrondissement de Rosemont et conseiller de Gérald Tremblay pour les dossiers liés au centre-ville, quitte la métropole pour la capitale.
Montréal demande à Québec de revoir le projet de l'échangeur Turcot
Fuite d'eau à Brossard
L'ancien chef mafioso Vito Rizzuto bientôt libéré
Plus
SPORTS
VIDÉOS
DIFFUSION
EN DIRECT
Les audiences de la commission Charbonneau

Radio-Canada.ca | Information, radio, télé, sports, Arts et divertissement
www.radio-canada.ca
ICI
Radio-Canada.ca
VIDÉOS
DIFFUSION
EN DIRECT
SPORTS

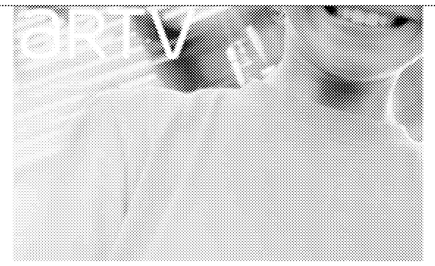
s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

LA PRESSE +

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

LA PRESSE +

s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

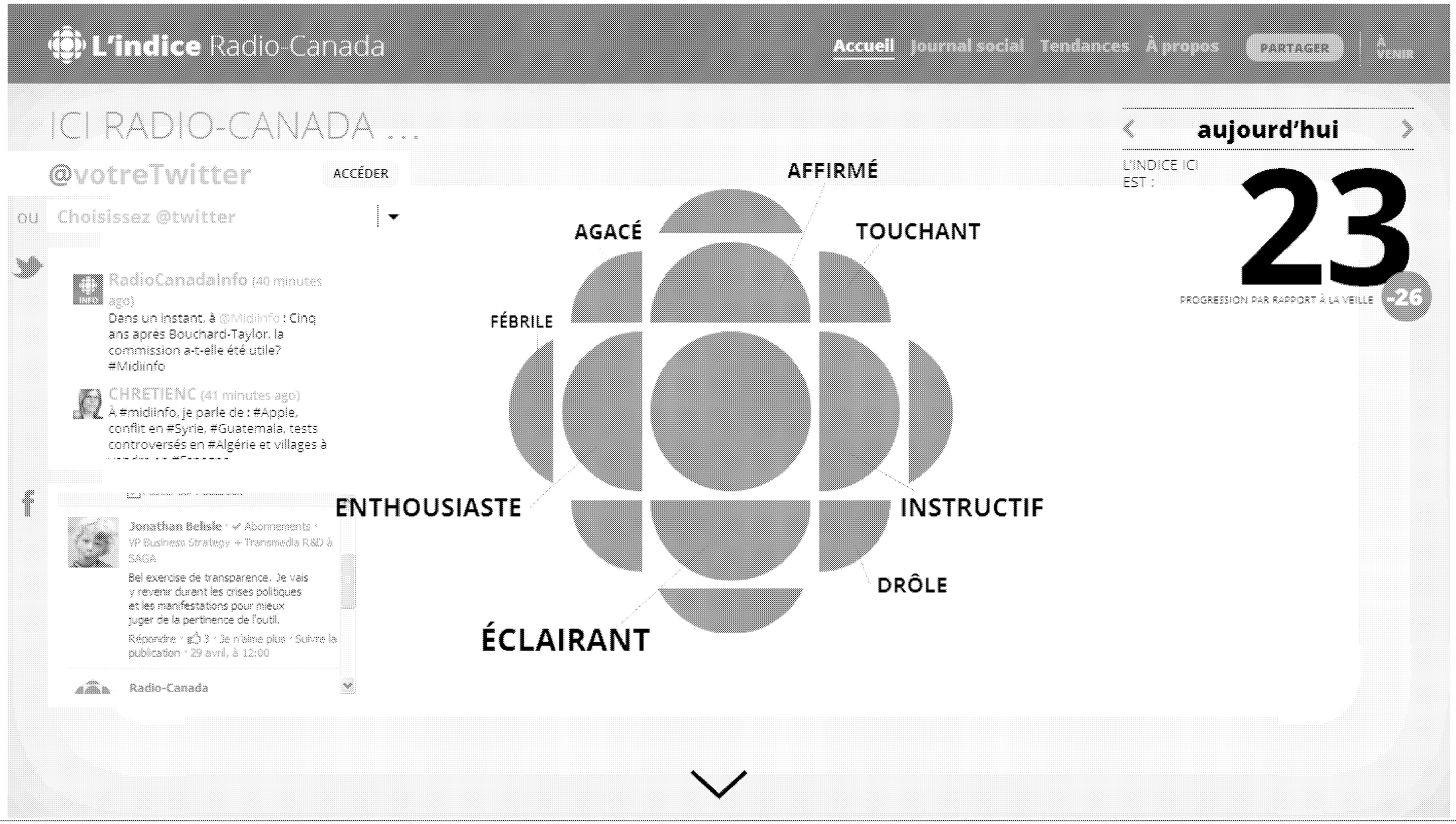


s.18(a)
s.21(1)(b)
s.21(1)(d)

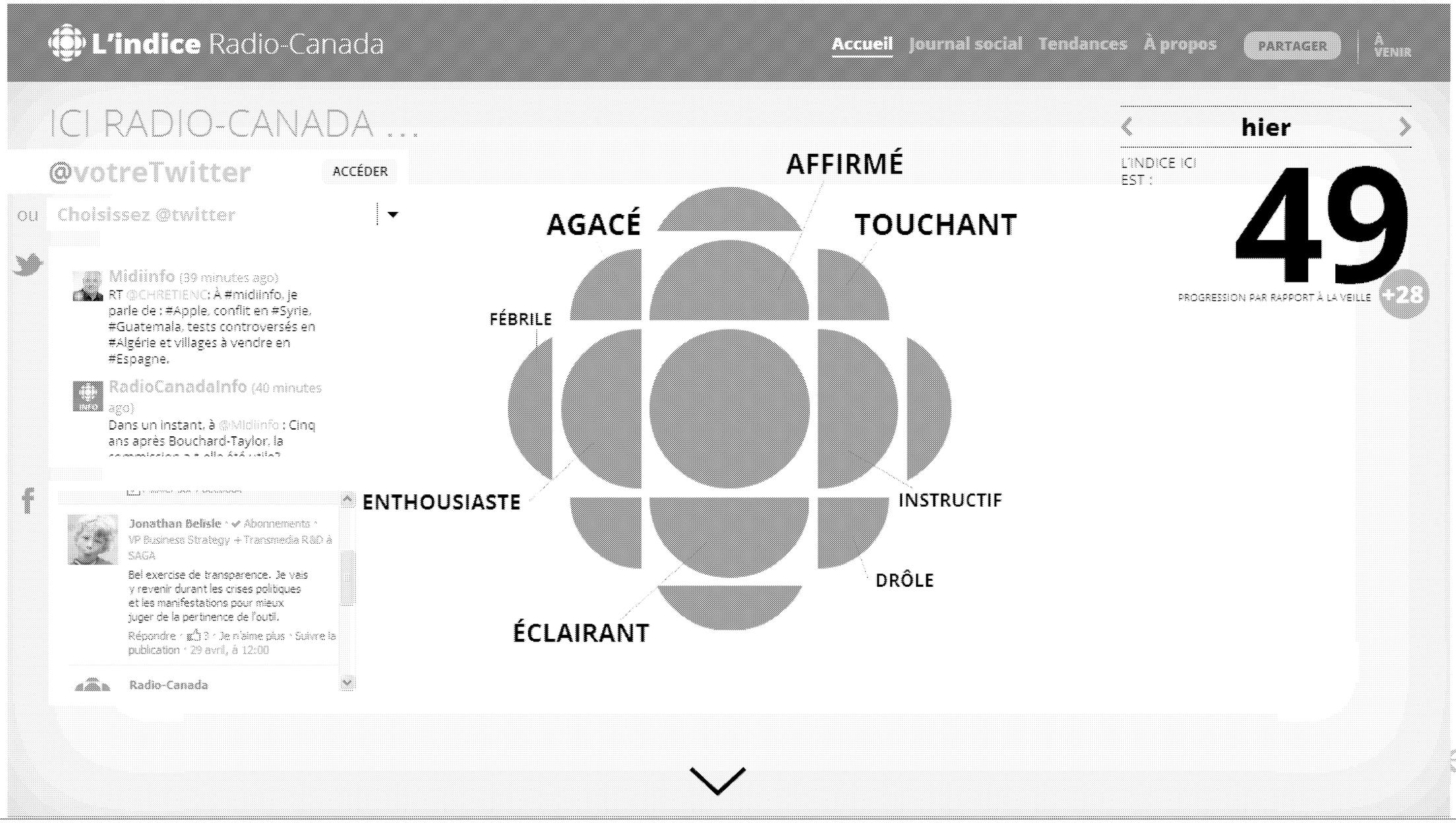
SITE INDICE.ICI

ALAIN BIDJERANO

SITE INDICE.ICI



SITE INDICE.ICI



L'indice Radio-Canada

Accueil | Journal social | Tendances | À propos | PARTAGER | À venir

Leur ICI

Ajoutez votre photo

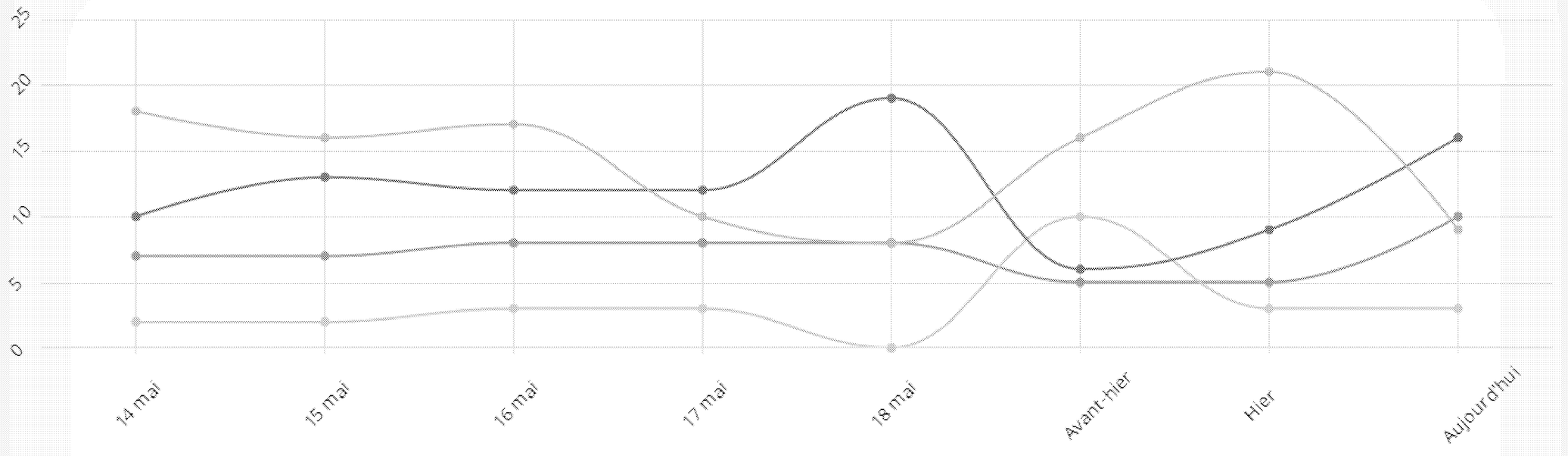
ernir

L'indice Radio-Canada

Accueil | Journal social | Tendances | À propos | PARTAGER | À VENIR

Les tendances ICI

PAR #MOTCLIC | **PAR ÉMOTIONS**



LES TENDANCES DE L'INDICE RADIO-CANADA PAR MOT-CLIC

Cette courbe présente en pourcentage les variations quotidiennes de l'indice pour les différentes émissions de Radio-Canada. On peut ainsi voir jusqu'à quel point une émission ou un thème a généré de l'intérêt durant la semaine.

LES TENDANCES DE L'INDICE RADIO-CANADA PAR ÉMOTIONS

Cette courbe présente en pourcentage l'intensité des différentes émotions pour chaque journée de la semaine. On peut donc voir quelles émotions ont été les plus fortes durant la semaine.

L'indice Radio-Canada

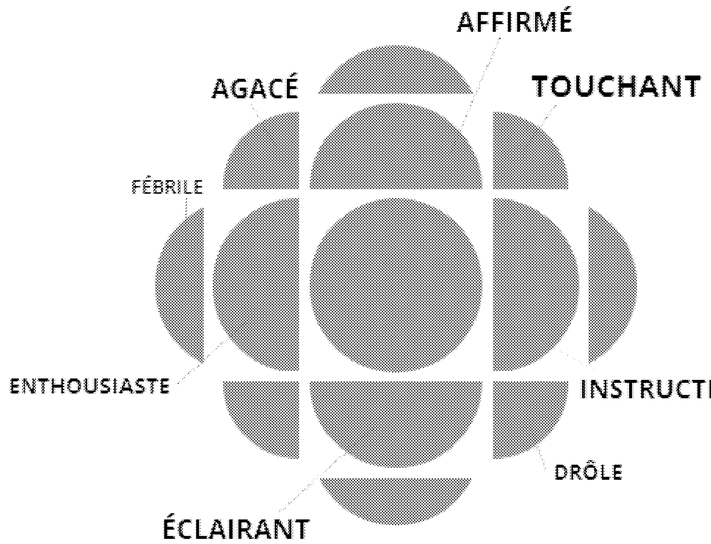
Accueil | Journal social | Tendances | À propos | PARTAGER | VENIR

ICI RADIO-CANADA ...

@hugodumas

OU Choisissez @twitter

PAR ÉMOTIONS | PAR #MOTCLIC



COMPAREZ VOTRE INDICE ICI

aujourd'hui

VOTRE INDICE ICI EST :

73

PALMARÈS DE VOS ABONNÉS TWITTER

@guyalepage	100
@CBMLM	98
@frank_sbr	95
@zaptele	94
@19deux	87
@RC_TV	86

voir +

INDICE SEMBLABLE AU VÔTRE

@SitterQuebec	53 Touchant
@RadioCanadaInfo	81 Enthousiaste
@Enfantsdelatele	53 Éclairant
@MichelLaurence	21 Éclairant

voir +

PALMARÈS GLOBAL

@guyalepage	100
@daniele_henkel	98
@CBMLM	98
@frank_sbr	95
@zaptele	94

ernir

L'indice Radio-Canada

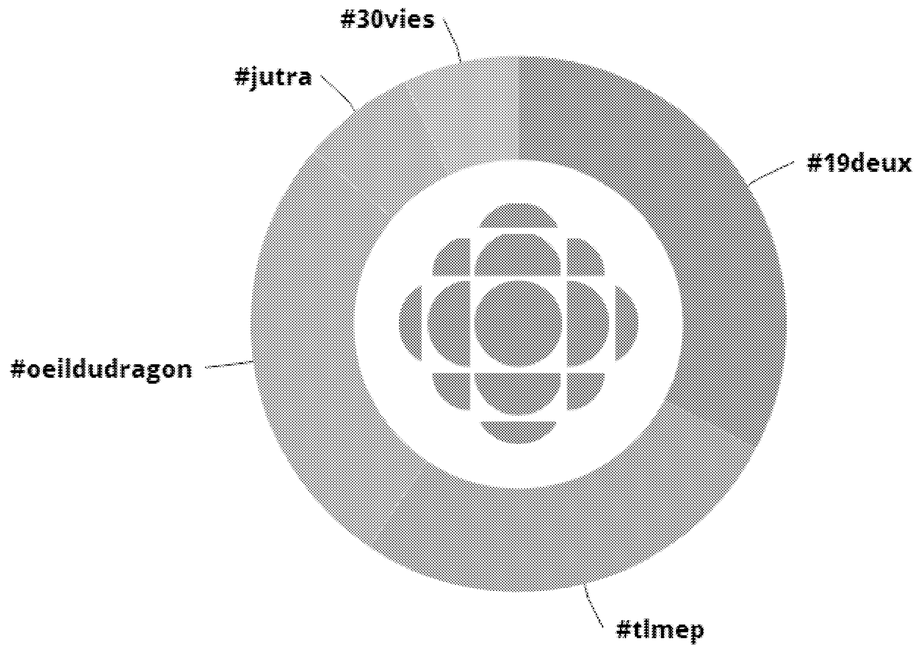
Accueil | Journal social | Tendances | À propos | PARTAGER | AIDE

ICI RADIO-CANADA ...

@hugodumas

ou Choisissez @twitter

PAR ÉMOTIONS | PAR #MOTCLIC



COMPAREZ VOTRE INDICE ICI

aujourd'hui

VOTRE INDICE ICI EST : **73**

PALMARÈS DE VOS ABONNÉS TWITTER

@guyalepage	100
@CBMLM	98
@frank_sbr	95
@zaptele	94
@19deux	87
@RC_TV	86

voir +

INDICE SEMBLABLE AU VÔTRE

@SitterQuebec	53 Touchant
@RadioCanadaInfo	81 Enthousiaste
@Enfantsdelatele	53 Éclairant
@MichelLaurence	21 Éclairant

voir +

PALMARÈS GLOBAL

@guyalepage	100
@daniele_henkel	98
@CBMLM	98
@frank_sbr	95
@zaptele	94

ernir

L'indice Radio-Canada

Accueil | Journal social | Tendances | À propos | PARTAGER | À VENIR

ICI RADIO-CANADA ...

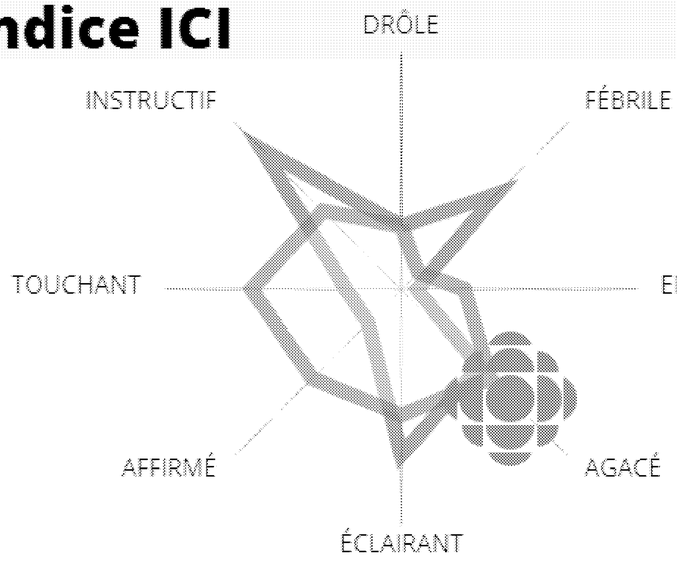
Comparez votre indice ICI

PAR ÉMOTIONS | PAR #MOTCLIC

@hugodumas

VOTRE SCORE EST:

73



@zaptele

SON SCORE EST:

94

ARRÊTER LA COMPARAISON

L'indice Radio-Canada

Accueil | Journal social | Tendances | À propos | PARTAGER | VENIR

ICI RADIO-CANADA ...

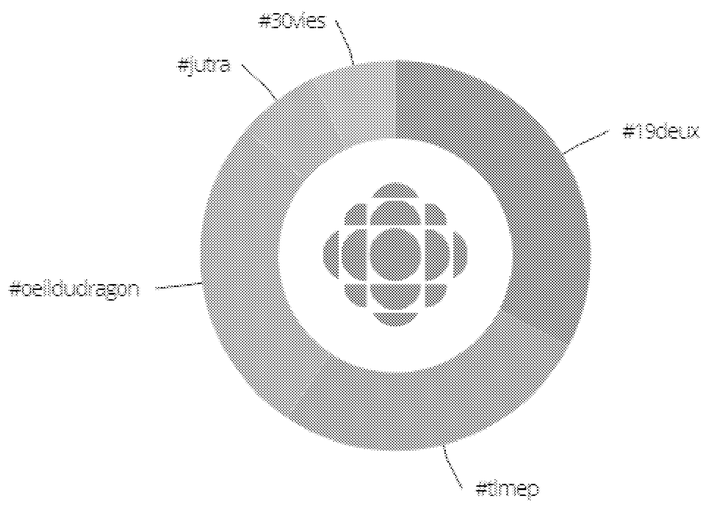
Comparez votre indice ICI

PAR ÉMOTIONS | PAR #MOTCLIC

@hugodumas ×

VOTRE SCORE EST:

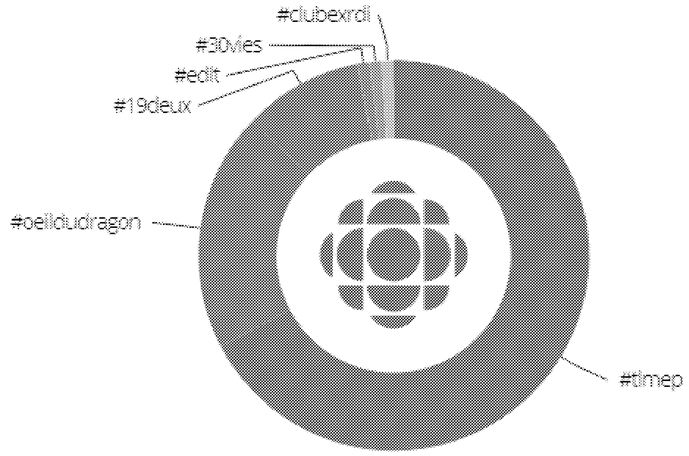
73



@zaptele ×

SON SCORE EST:

94



ARRÊTER LA COMPARAISON

PLAN DE DÉVOILEMENT

Lundi 3 juin	Présentation aux gens d'antenne
Mardi 4 juin	Conseil des Services français Présentation aux employés
Mercredi 5 juin	Rencontre de presse Lancement aux annonceurs Lancement de la campagne Ici
Lundi 19 août	Première chaîne devient Ici Première
Lundi 9 septembre	Télévision de Radio-Canada devient Ici Télé

MERCI!

Radio-Canada
Évolution de l'architecture de marque

Présenté à Louis Lalande, Bill Chambers, Guylaine Bergeron, Sylvie Gagné, Robert Baron

Le 4 mai 2012
Cohésion Stratégies

CONFIDENTIEL

Aujourd'hui

- Mise en contexte - mandat
- Revue des groupes médias concurrents
- Radio-Canada - constats et recommandations
- Piliers stratégiques > objectifs et critères d'évaluation
- Scénarios d'architecture
- Rétroaction. Discussion

000411

PARTOUT. POUR TOUS.

Même stratégie. Autre trajectoire.

Le mandat :

- Diagnostiquer la situation actuelle
- Simplifier l'architecture
- Refléter le nouveau positionnement
- Imaginer les dénominations
- Recommander un système de marque qui soit le reflet du futur de l'organisation

Revue des groupes médias
Radio-Canada : constats et recommandations

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Piliers stratégiques

Mon espace vivant

Objectifs - critères d'évaluation

- Nourrir le positionnement
- Simplifier l'architecture
- Éliminer les confusions et redondances
- Préserver l'équité et bâtir sur les leviers
- Projeter vers le futur
- Un système de marque distinctif
- Une identité séduisante, tant sur le plan oral que visuel
- Une personnalité qui transcende les tenue et retenue imposées par la marque
- Galvaniser l'organisation
- Marquer l'imaginaire

000415

Scénario 1. Simplification

Scénario 2. Innovation

RÉTROACTION. DISCUSSION