

Normes graphiques Identification visuelle

**EN
TRE
PRENEU
RIAT
ULAV**

Grandir, d'idées en succès



Identité visuelle de Entrepreneuriat ULaval

Introduction

Grâce au retour progressif sur le campus universitaire et à leur désir d'offrir le meilleur encadrement généraliste et spécialisé pour les entrepreneurs de demain, Entrepreneuriat Laval a pris la décision d'effectuer une refonte complète de son image de marque, afin de devenir Entrepreneuriat ULaval. Ce changement de nom renforce le partenariat qu'il partage avec l'Université Laval, cherchant ainsi à établir un sentiment d'appartenance et de fierté auprès de la communauté universitaire et ses partenaires. De plus, la notoriété recherchée de Entrepreneuriat ULaval est de se retrouver dans le top 10 mondial des incubateurs universitaires. En ce sens, le logo devait se moderniser afin de perdurer dans le temps.

Le présent document vise à décrire et à préciser les normes graphiques associées au logo de Entrepreneuriat ULaval ainsi que son utilisation sur divers supports. Ce guide se veut une sorte d'outil de travail que pourront consulter à leur guise les associations membres, les organisations internes de même que les différents partenaires de Entrepreneuriat ULaval.

Important

Afin d'assurer une représentation uniforme et cohérente de l'image de marque de Entrepreneuriat ULaval, il est strictement interdit de modifier en tout ou en partie les éléments qui composent le logo.

Les différentes versions du logo sont disponibles sur le site Web de Entrepreneuriat ULaval au <https://www.eul.ulaval.ca/logos-et-normes-graphiques/>

**Entrepreneuriat ULaval se réserve le droit de ne pas octroyer une subvention à une organisation qui ne respecterait pas les normes graphiques du logo dans son offre de visibilité.*

**Veuillez prendre note que EUL se prononce « E. U. L. ».*



1. Signification du logotype

La symbolique

C'est avec la typographie que le logo a été créé dans le but de rester moderne, afin de prospérer dans le temps. Nous avons exploré les idées de développement dans le temps, d'une série d'étapes qui se succèdent, de résultats, d'objectifs et de phases dans la vie d'une entreprise. À l'image d'un graphique. C'est ainsi qu'est né le nouveau logo, noir pour un impact maximum et un aspect sérieux, hors du temps et indémodable.

Le slogan, « Grandir, d'idées en succès », fait référence aux jeunes pousses que Entrepreneuriat ULaval accompagne tout au long de leur processus comme humain et comme entrepreneur, du début de leurs idées jusqu'au succès de leur entreprise.

**EN
TRE
PRENEU
RIAT
ULAVAL**

Grandir, d'idées en succès

Nomination additionnelle

Lorsque le logo d'EUL est utilisé à des fins promotionnelles, il doit être accompagné de la nomination suivante :

Entrepreneuriat ULaval, incubateur d'entreprises responsables de l'Université Laval

**EN
TRE
PRENEU
RIAT
ULAVAL**

Grandir, d'idées en succès

**Entrepreneuriat ULaval,
incubateur d'entreprises
responsables
de l'Université Laval**



2. Le logotype

2.1. En noir et blanc

En utilisant le noir comme couleur principale, le logo respire le sérieux, le professionnalisme et la modernité.

**EN
TRE
PRENEU
RIAT
ULAVAL**

Grandir, d'idées en succès

2.2. En inversé

Puisque c'est un logo noir, son inversé fait également usage d'un fort contraste qui rend la lisibilité efficace sur un fond noir.



2. Le logotype

2.3. Tailles minimales

Afin de préserver la lisibilité du logo et de sa signature, on ne doit jamais l'utiliser dans une taille inférieure à 0,85 po sur la largeur, soit 21,59 mm.

**EN
TREN
PRENEU
RIAT
ULAVAL**

Grandir, d'idées en succès

21,59mm | 0,85 po | 76 px

**EN
TREN
PRENEU
RIAT
ULAVAL**
Grandir, d'idées en succès

taille minimale



2. Le logotype

2.5. Zones de dégagement

Afin de préserver l'intégrité et la lisibilité de l'identité, un espace de protection doit être maintenu autour de l'identité. Celui-ci est déterminé à partir de la « largeur de la lettre N ».

Cet espace doit être libre d'éléments visuels (graphiques, typographiques ou autres) qui pourraient nuire à la visibilité de l'identité.



3. Les couleurs d'utilisation

Couleurs

Puisque Entrepreneuriat ULaval est partenaire à l'Université Laval, les iconiques rouge et or du blason sont utilisés comme couleurs primaires. Pour ressortir leur image de marque, Entrepreneuriat ULaval fait également affaire à une couleur tertiaire d'un bleu tirant sur le turquoise. Bien qu'elle soit au troisième niveau d'importance, elle apporte un éclat dynamique qui reflète bien leur équipe composée d'experts passionnés en entrepreneuriat.

Primaires

CMJN: 0 / 100 / 100 / 0
RVB: 227 / 5 / 19
PMS: 485
HEX: #e30513

CMJN: 0 / 20 / 100 / 0
RVB: 255 / 193 / 3
PMS: 116
HEX: #ffc103

Tertiaire

CMJN: 70 / 0 / 31 / 0
RVB: 41 / 189 / 188
HEX: #29bdbc

Secondaires

CMJN: 0 / 0 / 0 / 15
RVB: 217 / 217 / 217
PMS: 427
HEX: #d9d9d9

CMJN: 0 / 0 / 0 / 50
RVB: 127 / 127 / 127
PMS: Cool Gray 9
HEX: #7f7f7f

CMJN: 0 / 0 / 0 / 80
RVB: 81 / 81 / 81
PMS: Cool Gray 11
HEX: #515151

CMJN: 0 / 0 / 0 / 100
RVB: 0 / 0 / 0
PMS: noir
HEX: #000000



4. Utilisation de l'identité visuelle

4.1. Versions acceptables de l'utilisation

Voici les normes régissant l'utilisation des différentes versions du logo. Seuls ces fonds de couleur (turquoise, rouge et or) et le logotype adéquat (noir ou blanc) sont autorisés.



Noir sur fond blanc



Blanc sur fond noir



Noir sur fond bleu



Blanc sur fond rouge



Noir sur fond jaune



4. Utilisation de l'identité visuelle

4.2. Les restrictions quant à son utilisation

Afin d'assurer à l'identification visuelle un maximum d'impact et de cohérence, il est important de préserver son intégrité. Les exemples suivants illustrent les principaux usages à proscrire.



Ne pas positionner le logo dans un autre sens que celui autorisé.



Ne pas utiliser le logo sans la signature typographique.



Ne pas utiliser un fond d'une couleur autre que celles autorisées.



Ne pas étirer le logo.



Ne pas utiliser deux couleurs différentes pour le logo et sa signature



Ne pas faire de rotation.



4. Utilisation de l'identité visuelle

4.2. Les restrictions quant à son utilisation (suite)

Afin d'assurer à l'identification visuelle un maximum d'impact et de cohérence, il est important de préserver son intégrité. Les exemples suivants illustrent les principaux usages à proscrire.



Grandir, d'idées en succès

Ne pas changer les proportions.



Ne pas modifier la police de caractère du logotype et de sa signature.



Ne pas changer la couleur du logo.



5. L'application de l'identité visuelle sur une image

Quand vient le temps d'appliquer le logo sur une photo ou image, il est primordial de positionner l'escalier (qui est l'image du logo à l'envers et qui comporte également le logotype) à l'extrémité haut/gauche de la photo.

Les logos sont toujours utilisés sur un fond de couleur (bleu, noir, blanc, jaune ou rouge), car on perd de l'impact visuel s'ils sont juste sur la photo ainsi.



6. Univers graphique complémentaire

6.1. Les formes géométriques

Grâce au logo qui représente un graphique des hauts et des bas des entrepreneurs et qui rappelle la forme d'un escalier, Entrepreneuriat ULaval met de l'avant les formes géométriques. Les carrés, rectangles, losanges sont les formes privilégiées pour les représentations graphiques. Voici quelques exemples.



6.2. Prioriser les fonds blancs

Dans son élan de modernisation et de renouveau, Entrepreneuriat ULaval priorise les fonds blancs afin que les visuels soient épurés et légers.



6. Univers graphique complémentaire

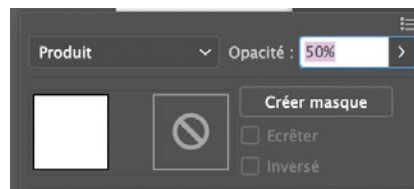
6.3. Les filtres sur les photos

Quand une photo doit être colorée pour correspondre à Entrepreneuriat ULaval, le jaune est utilisé comme dans l'exemple ci-dessous.

Veuillez noter comment les calques sont utilisés pour cet effet :



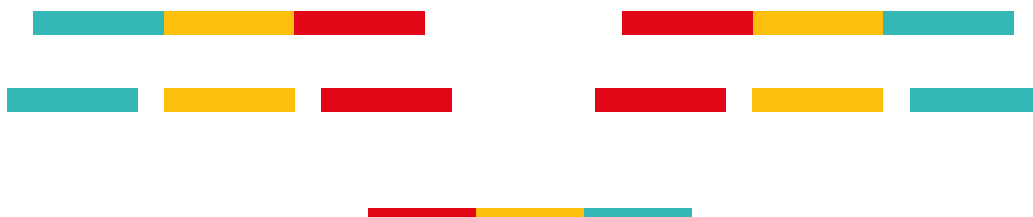
Le filtre jaune sur les photos



1. L'image montre les propriétés de la photo.
2. Sous le calque de la photo se trouve le rectangle jaune (opacité 100%, mode normal)

6.4. La ligne trois couleurs

Il est possible de donner un visuel plus vif aux documents et montages en utilisant une ligne à trois couleurs, avec ou sans espace entre elles. Il y a deux choix dans l'ordre : rouge/jaune/bleu ou bleu/jaune/rouge. La déclinaison chaud/froid doit toujours être respectée.



7. Typographie

Overpass

Regular

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

1234567890

Bold

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz**

1234567890

La typographie principale pour nos communications imprimées et numériques est la fonte Overpass, de Google. Offerte gratuitement, elle possède un éventail de graisses, ce qui permet une grande latitude dans la réalisation de nos outils de communication.

Pour la télécharger:

<https://fonts.google.com/specimen/Overpass>

Cependant, si cela n'est pas possible, utilisez Arial.



EN TREN PRENEU RIAT ULAV

Grandir, d'idées en succès