

sortir

du cadre

Guide
de marque
2020

ESG UQÀM

01	Libres de repenser	4
	Signature de marque	6
	Manifeste	7
	Tonalité de marque	8
	Grilles de messages	14
02	Plateforme visuelle	20
	Logo	22
	Couleurs	32
	Typographie	36
	Imagerie	40
	La grille	44
	Applications	50
	Éléments graphiques	58
	Social	62
03	Récapitulatif	66

01

Libres de repenser

Voici notre guide de marque,
le reflet de notre identité.

Cet outil sert de référence
pour tous nos ambassadeurs.
Il s'agit d'un point de repère
pour comprendre la marque
de l'ESG UQAM, puis l'appliquer
et la déployer uniformément
à travers l'ensemble de nos
sphères opérationnelles.

En bref, c'est le seul cadre
dont on vous demande
de ne pas sortir.

Bienvenue dans notre univers.

Signature de marque

Manifeste

Tonalité de marque

Grilles de messages

Sortir du cadre

À l'ESG UQAM,
on cultive la pensée
critique et on développe
les esprits uniques
pour changer le cadre
des affaires et l'adapter
à de nouvelles réalités.
On explore les idées
alternatives. On se lève
pour qu'elles s'élèvent.
On déforme, on
transforme, on laisse
l'individu prendre forme.

Tonalité de marque

Pour s'assurer que la personnalité de l'ESG UQAM soit homogène et facilement identifiable, peu importe qui se trouve au bout du clavier, des indicateurs et principes directeurs ont été conçus pour guider la rédaction.

Indicateurs

Attitude, caractère
et intérêts

TRAITS DE PERSONNALITÉ

Puisque
nous sommes...

TONALITÉ

→ nous nous
exprimons
d'une manière.

Audacieux

→ Notre pensée critique nous pousse à rompre avec la tradition et envisager des avenues encore aujourd'hui non parcourues. Nous osons explorer, découvrir, et poser les questions qui bousculent et dérangent, pour le mieux.

→ Vibrante et assumée

On assume une position de leadership dans l'univers concurrentiel des facultés de gestion et l'illustrons en étant vifs d'esprit, et en ne brisant pas le moule qu'à moitié. On s'exprime clairement, avec force et une bonne dose d'aplomb.

Authentiques

→ Notre côté altruiste fait qu'on reste près des gens. On est faciles d'approche et sans prétention. Accueillants, pas du tout intimidants, ouverts aux autres et à un dialogue franc.

→ Accessible

Transparent et sincère, notre discours est dénué de lourdes formalités. On est là pour informer, réformer, transformer, sans s'embourber. Moins de mots vides, plus de sens et de substance.

Ouverts

→ On ne saura jamais tout. Et en gardant ce constat en tête, on demeure ouverts aux apprentissages et aux expériences des gens qui nous entourent. On est à l'écoute. On est curieux. On apprend par le partage. Et on s'améliore tout le temps.

→ Inclusive et humaine

On est ouverts à tous les points de vue et on s'assure de ne pas tourner les coins ronds lorsqu'il est question de diversité d'opinions et de représentation. On fait les efforts nécessaires pour que tous se sentent inclus.

Allumés

→ On est animés par notre passion et notre intérêt à sortir du cadre. Et pour garder ce feu sacré allumé, il faut l'être tout autant. Avoir un discours engageant et vivant.

→ Dynamique

Le mot le dit. Très simplement. On a une lucidité qui nous ouvre des milliers de portes et on veut que notre voix porte assez loin et soit assez forte pour que toutes les occasions qui se présentent soient saisies.

Concrètement

Audacieux

Authentiques

TONALITÉ

Vibrante et assumée

On assume une position de leadership et l'illustrons en étant vifs d'esprit et en ne brisant pas le moule qu'à moitié. On s'exprime clairement, avec force et aplomb.

Accessible

Transparent et sincère, notre discours est dénué de lourdes formalités. On est là pour informer, réformer, transformer, sans s'embourber. Moins de mots vides, plus de substance.

RECOMMANDÉ

✓ Être confiants et avoir du caractère. Faire des choix de mots qui résonnent.

✓ Personnaliser, accessibiliser, parler en termes clairs auxquels on s'identifie. Parler au « on », mais vouvoyer la cible.

À ÉVITER

✗ Utiliser des expressions ou des termes galvaudés

✗ Se distancer par trop de formalités

Ouverts

Allumés

Inclusive et humaine

Ouverts à toutes les perspectives, on ne tourne pas les coins ronds lorsqu'il est question de diversité d'opinions et de représentation. On fait les efforts nécessaires pour que tous se sentent inclus.

Dynamique

On a une lucidité qui nous ouvre des milliers de portes et on veut que notre voix porte assez loin et soit assez forte pour que toutes les occasions qui se présentent soient saisies.

✓ Parler des gens derrière les programmes et les projets, donner la parole, représenter.

✓ Captiver. Choisir des mots punchés, des phrases concises et percutantes.

✗ Mal représenter/Ne pas humaniser de peur de mal représenter

✗ Avoir un discours froid qui ne vend pas notre passion

Grilles de messages

Sortir du cadre,
absolument.

Mais comment ?
Les grilles de messages
offrent un aperçu concret
des différentes manières
dont peut se décliner notre
tonalité de marque dans
un contexte donné. Titres,
formats courts, formats
longs : tout y est.

Exemple de grille de message — Marque

TITRE

**Déformer.
Transformer.**

**Esprits
uniques.**

FORMAT COURT

PARCE QU'IL NE SUFFIT
PLUS DE FORMER

SAISIR LE POTENTIEL DES REGARDS
DIFFÉRENTS/QUI DIFFÉRENT/NOUVEAUX

FORMAT LONG

Les solutions connues ont prouvé leur efficacité. Mais le monde et les problèmes changent. Il ne suffit plus de former selon une formule fixe. Les affaires ont besoin d'acteurs de changement prêts à se lever pour s'adapter à de nouvelles réalités. Prêts à rompre avec les conventions. À déformer. À transformer.

Pourquoi faire comme hier quand on peut repenser aujourd'hui? Le monde des affaires a besoin de visionnaires. Des gens qui regardent bien plus loin qu'en avant et qui mettent le doigt sur la facette inexplorée d'un problème qu'on croyait visité et revisité. L'avenir des affaires appartient aux esprits uniques.

SIGNATURE

ESG UQAM
École des sciences de la gestion
Sortir du cadre.

ESG UQAM
École des sciences de la gestion
Sortir du cadre.

**Cultiver
les
idées
alternatives.**

REPENSEZ LES AFFAIRES EN QUITTANT
LE SENTIER BATTU/LE TERRAIN CONNU

Le terrain connu n'a plus de secrets. Étudiés, compris et reproduits, il faut maintenant les questionner pour se réinventer. Le meilleur des affaires se passe à l'extérieur des limites conventionnellement tracées. C'est le moment de l'explorer.

ESG UQAM
École des sciences de la gestion
Sortir du cadre.

Exemple de grille de message — Produit

MBA	BGTH
TITRE Le 13 août, passez des affaires aux actes.	Réinventer l'hospitalité.
FORMAT COURT APPRENEZ-EN PLUS SUR LE MBA DE L'ESG UQAM ET AGISSEZ POUR VOTRE AVENIR ET CELUI DES AFFAIRES.	DÉPLOYEZ VOTRE VISION STRATÉGIQUE AVEC LE BACCALURÉAT EN GESTION DU TOURISME ET DE L'HÔTELLERIE DE L'ESG UQAM.
FORMAT LONG En vous inscrivant au MBA, jouez un rôle actif dans le développement de la suite de votre carrière. Co-créez des outils qui s'adaptent à votre vision, remettez la tradition en question, et trouvez des solutions qui s'appliquent au monde de demain.	En vous inscrivant au baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, vous développerez des tactiques qui vous permettront d'offrir des expériences uniques et d'accueillir différemment. En grand.
CTA Assistez à la séance d'information.	Découvrez les possibilités qui s'offrent à vous.
SIGNATURE ESG UQAM École des sciences de la gestion Sortir du cadre.	ESG UQAM École des sciences de la gestion Sortir du cadre.

Exemple de grille de message — événements

Admissions	Portes ouvertes
Prenez forme. Prenez votre place.	Créez un avenir qui vous ressemble.
À L'ESG UQAM, ON VOIT AU-DELÀ DE LA FORMATION/ON FAIT BIEN PLUS QUE VOUS FORMER/ON OFFRE BIEN PLUS QUE DE VOUS FORMER.	PRENEZ LE CONTRÔLE ET CRÉEZ UN AVENIR QUI VOUS RESSEMBLE.
Vous avez un rôle-clé à jouer dans la création du monde des affaires de demain. C'est pourquoi l'ESG UQAM vous laisse prendre forme et prendre votre place. Explorez le terrain connu et questionnez-le, repensez-le, réinventez-le.	Prenez le contrôle des affaires de demain en ayant votre mot à dire dans la création d'un avenir différent. Et occupez une place de choix à chacune des étapes qui vous mèneront vers une carrière qui vous ressemble.
Vous avez le profil. Prenez votre place.	Venez nous rencontrer.
ESG UQAM École des sciences de la gestion Sortir du cadre.	ESG UQAM École des sciences de la gestion Sortir du cadre.

02

Plateforme visuelle

Ici, on présente chacun des éléments visuels qui incarnent en tout ou en partie la personnalité de marque de l'ESG UQAM.

Réunis, ils illustrent la force renouvelée qui la distingue aujourd'hui.

Logo

Couleurs

Typographie

Imagerie

La grille

Applications

Éléments graphiques

Social

Logo

Le logo de la marque a été mis à jour pour que l'harmonie entre l'UQAM et l'ESG soit encore plus forte qu'elle ne l'était déjà. Selon le contexte et la couleur d'arrière-plan sur lequel on le retrouve, plusieurs options sont possibles.



ESG UQÀM

Logotype
fond blanc



ESG UQÀM



ESG UQÀM

Logotypes
fonds de
couleurs

ESG UQÀM

Logotype
monochrome

ESG UQÀM

Logotype
monochrome
renversé

ESG UQAM



90 pixels
1 pouce
25 mm

Taille minimale d'utilisation

Pour que notre logo soit toujours visible et lisible dans nos communications, il importe de ne jamais le reproduire en deçà de la taille minimale établie.



Espace de protection

Le logo doit toujours être entouré d'un espace de protection standard libre de tout élément visuel, qu'il soit graphique ou typographique. Pour calculer l'espace de protection requis, l'unité de mesure est un carré dont les côtés équivalent à la largeur de l'accent du logo de l'UQAM.



Logotype avec descripteur

Lorsque que le logo est accompagné d'un descripteur, il doit respecter les règles graphiques de l'UQAM. S'y référer pour plus de détails.

Réseau social rond



Réseau social carré



Logotype médias sociaux

Notre logo se présente sous forme verticale lors de l'application de notre marque sur les réseaux sociaux.

Couleurs

Le rouge a toujours joué un rôle-clé dans notre identité visuelle et vivifie l'ensemble de nos communications avec une bonne dose de personnalité. Avec le temps, il a évolué en un rouge qui nous ressemble plus : dynamique, vibrant et passionné.

Pantone 1795 C
CMJN 00 / 81 / 82 / 08
RVB 234 / 44 / 42
HEX #EA2C2A

Couleurs

Le noir, le gris et le blanc sont les couleurs secondaires qui viennent structurer, renforcer et compléter le rouge qui permet à notre marque de se distinguer.

CMJN 00 / 00 / 00 / 10
RVB 232 / 232 / 232
HEX #8E8E8

CMJN 60 / 40 / 40 / 100
RVB 00 / 00 / 00
HEX #00000

Le noir est utilisé uniquement pour la typographie.

CMJN 00 / 00 / 00 / 00
RVB 255 / 255 / 255
HEX #FFFFFF

Typographie

Notre police de caractères, Lab Grotesque, s'inspire des singularités des premières polices grotesques et gothiques du siècle dernier et repose sur l'idée de traits courbes se redressant vers les extrémités.

Lab Grotesque Regular

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

On mise sur
la combinaison
des esprits uniques
et des gestes
forts pour innover
et changer.

Typographie

Lab Grotesque Regular est la police à privilégier, en minuscules et avec un interlettrage de -20. Pour le texte ordinaire, mettre la majuscule au premier mot de la phrase et aux noms propres seulement.

Arial Regular

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

On assume
une position de
leadership et
l'illustrons en étant
vifs d'esprit.

Le suppléant

S'il vous est impossible d'utiliser Lab Grotesque Regular, Arial Regular est la solution de rechange préconisée.

Imagerie

Attention !

Toutes les images de ce guide de marque sont fournies à titre d'exemple uniquement. Aucune image n'est la propriété de l'ESG UQAM et ne doit donc pas être utilisée à des fins commerciales. Ce document est à usage interne uniquement.

1. Les étudiants

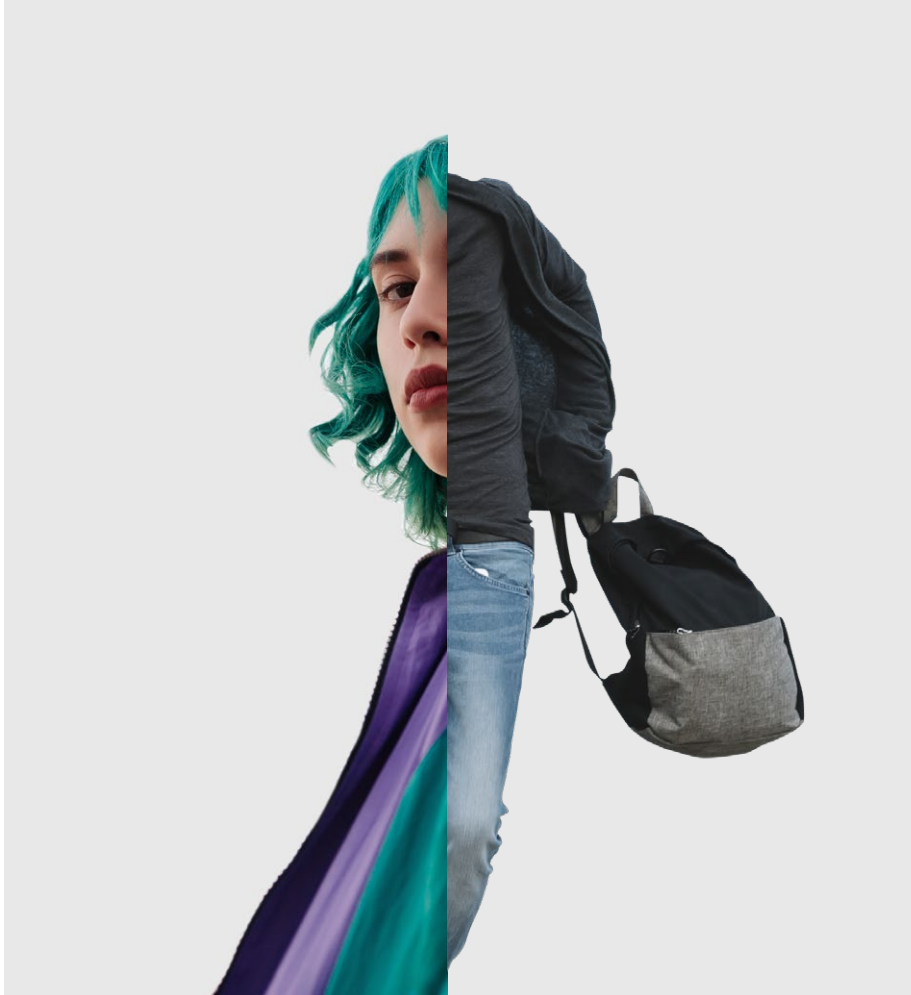
Elle nous inspire et nous fait réfléchir : la relève de demain est notre premier choix en photographie. On mise sur des portraits d'étudiants qui ont un regard unique et une attitude décomplexée. Aucun objectif ou critère spécifique n'a été établi quant à l'âge, le genre ou la nationalité des sujets, mais un effort de représentation et de diversification peut mener loin.

2. Le cadre

Nous ne croyons pas au cadre conventionnel. Notre imagerie sort littéralement du cadre et se décompose pour créer des formes uniques. La recette est simple : on juxtapose deux photos ensemble pour en créer une nouvelle.

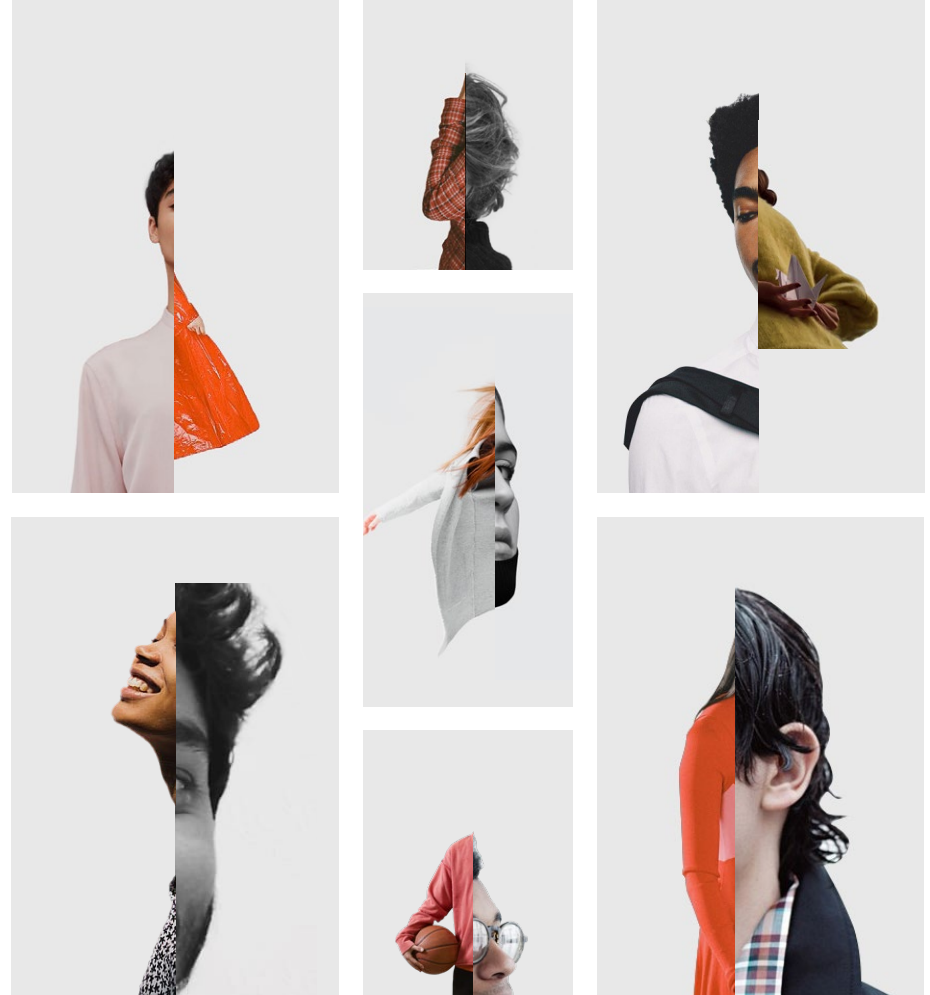
3. L'espace

Notre concept photographique est l'élément principal de nos communications. L'imagerie est toujours centrée, et l'espace qui l'entoure est utilisé de manière astucieuse pour laisser « respirer » l'image. Surprenant, elle porte à réflexion et doit demeurer le centre de l'attention, sans interférences.



Imagerie

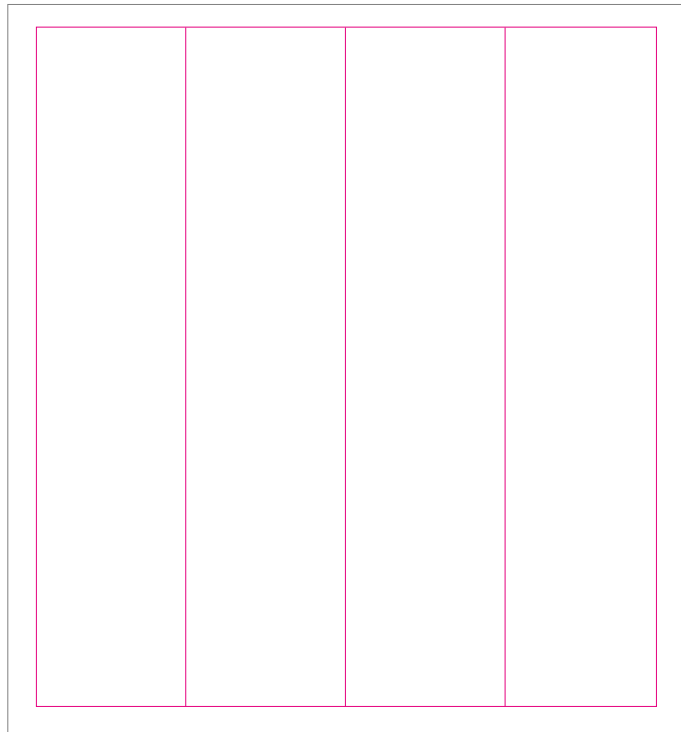
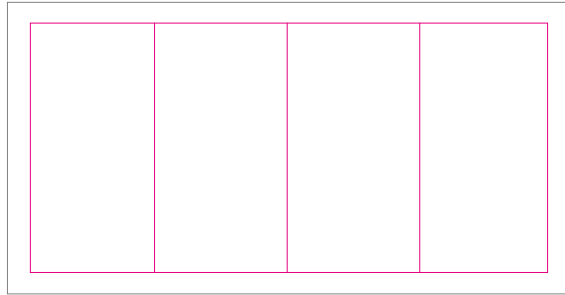
L'imagerie réinterprète la sortie du cadre. On crée des amalgames de visuels pour obtenir des résultats forts et évocateurs.



La grille

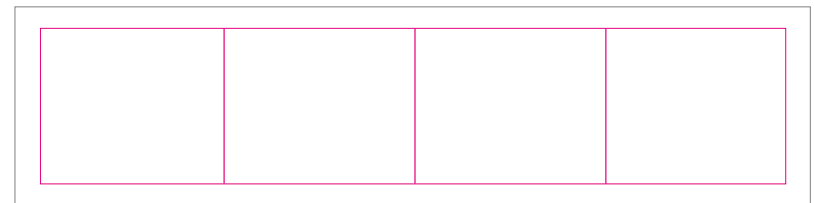
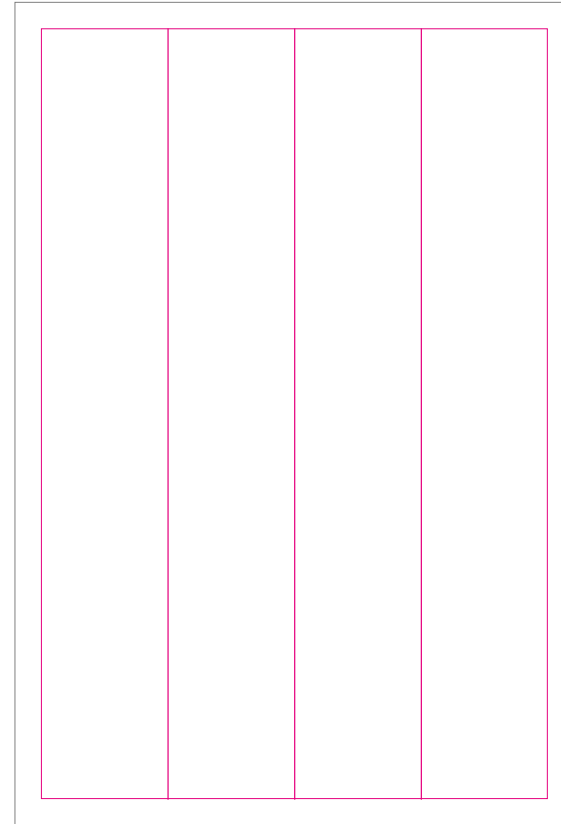
La grille est un outil important qui nous permet de structurer nos pièces de communication et qui offre les balises nécessaires pour diversifier nos créations.

La grille comprend 4 colonnes verticales qui peuvent être utilisées pour structurer l'alignement des visuels et des messages.

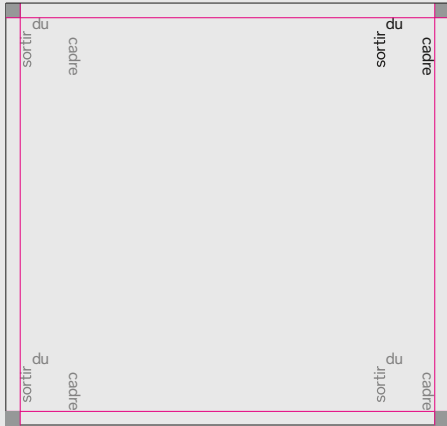


Dans la marge

Dans la majorité des cas, on ajoutera une marge pour les compositions graphiques. Par contre, il est possible de la retirer pour certaines déclinaisons. Comme sur les réseaux sociaux et les dispositifs numériques.

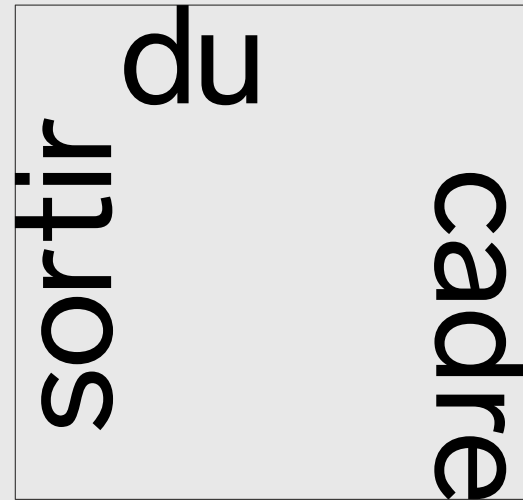
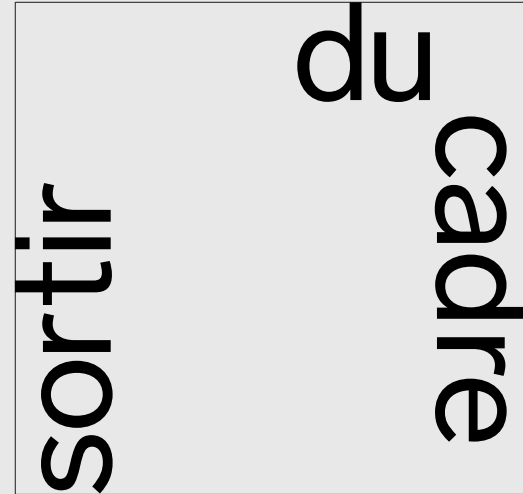


Sortir du cadre



Disposition

Il est possible d'utiliser la signature de marque aux quatre coins d'une communication. Une seule possibilité à la fois !

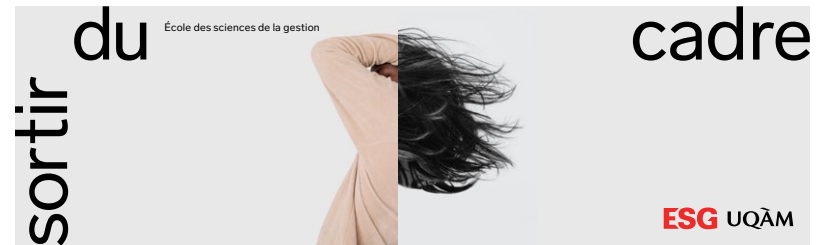


A+ pour les lettres

Autour du cadre avec alignement. Nous avons modifié les ascendantes du « t » et du « i » pour que l'illusion soit complète. De cette manière, il est facile de disposer les éléments sur la marge. Vous pouvez trouver ce carré dans la boîte à outils.

Applications

L'élévation de la marque, c'est en contexte appliqué qu'on la ressent. On présente dans les prochaines pages des exemples concrets de pièces de communication où « sortir du cadre » prend tout son sens.



Pour la
marque

Exemple de visuels verticaux et horizontaux

Déformer. Transformer.

Les solutions connues ont prouvé leur efficacité. Mais le monde — et les problèmes — changent. Il ne suffit plus de former selon une formule fixe. Les affaires ont besoin d'acteurs de changement prêts à se lever pour s'adapter à de nouvelles réalités. Prêts à rompre avec les conventions. À déformer. À transformer. > L'École des sciences de la gestion de l'Uqam.

sortir du cadre

ESG UQAM

Esprits uniques

Pourquoi faire comme hier quand on peut repenser aujourd'hui? Le monde des affaires a besoin de visionnaires. Des gens qui regardent bien plus loin qu'en avant et qui mettent le doigt sur la facette inexplorée d'un problème qu'on croyait visité et revisité. L'avenir des affaires appartient aux esprits uniques. > L'École des sciences de la gestion

sortir du cadre

ESG UQAM

Déformer. Transformer.

Les solutions connues ont prouvé leur efficacité. Mais le monde — et les problèmes — changent. Il ne suffit plus de former selon une formule fixe. Les affaires ont besoin d'acteurs de changement prêts à se lever pour s'adapter à de nouvelles réalités. Prêts à rompre avec les conventions. À déformer. À transformer. > L'École des sciences de la gestion

sortir du cadre

ESG UQAM

Cultiver les idées alternatives.

Le terrain connu n'a plus de secrets. Étudiés, compris et reproduits, il faut maintenant les questionner pour se réinventer. Le meilleur des affaires se passe à l'intérieur des limites conventionnellement tracées. C'est le moment de l'explorer. > L'École des sciences de la gestion

ESG UQAM

Passez des affaires aux actes.

Agissez pour votre avenir et celui des affaires avec le MBA de > L'École des sciences de la gestion de l'Uqam.

sortir du cadre



ESG UQÀM

sortir du cadre

Réinventer l'hospitalité.

En vous inscrivant au baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, accueillez différemment. Et redéfinissez les paramètres de l'expérience pour offrir l'inattendu à des invités qui ont vraiment tout vu. > L'École des sciences de la gestion de l'Uqam

Inscrivez-vous en ligne

ESG UQÀM

Passez des affaires aux actes.

Agissez pour votre avenir et celui des affaires avec le MBA de > L'École des sciences de la gestion de l'Uqam.

sortir du cadre




ESG UQÀM

sortir du cadre

Réinventer l'hospitalité.

Revisitez les fondements de l'expérience avec le baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie de l'ESG Uqam > L'École des sciences de la gestion de l'Uqam.



ESG UQÀM

Pour les
événements

Exemple de visuels verticaux et horizontaux

Éléments graphiques

Sortir du cadre veut
aussi dire le transformer.

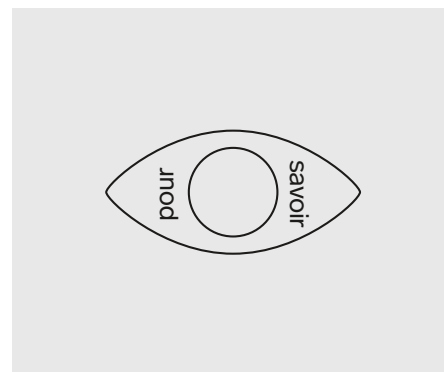
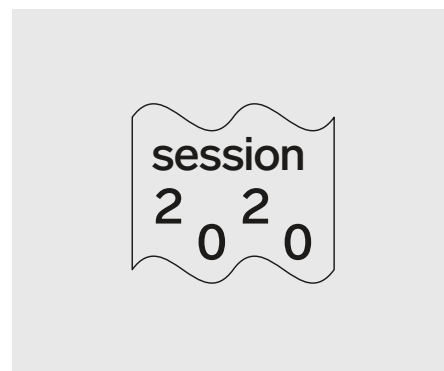
Cette série d'icônes nous
permet d'appliquer cette
notion tout en rendant
la communication plus
accessible.

En toute simplicité, elle
vient souligner le côté
moderne et dynamique
de la marque.



Ligne transformée

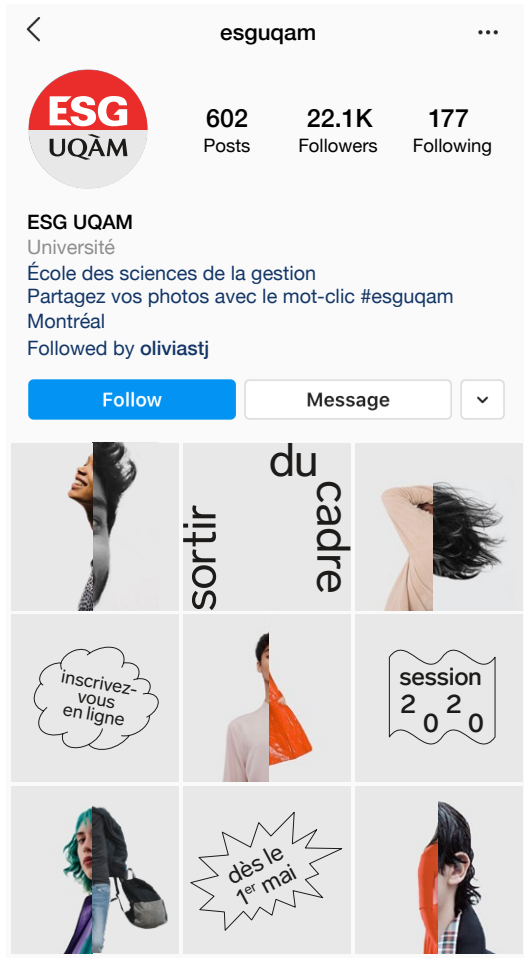
Notre système d'icônes permet de mettre en valeur des informations complémentaires aux messages principaux de nos pièces de communication : dates, tarifs, appels à l'action, etc. À utiliser en format animé sur nos plateformes digitales.



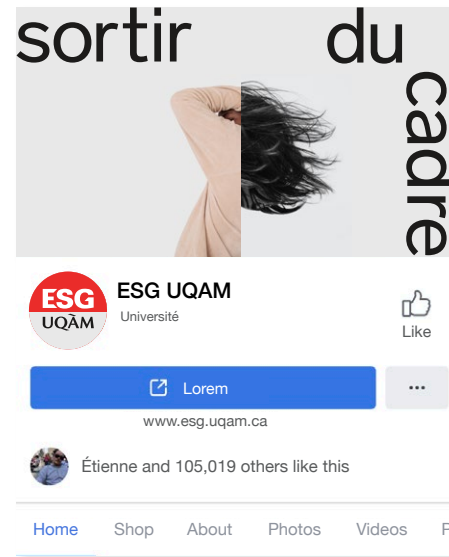
Social

Les plateformes sociales de l'ESG touchent une cible plus jeune (de corps ou d'esprit) et se caractérisent par une touche d'audace supplémentaire : plus d'icônes, plus de dynamisme, plus de fun.

Instagram



Facebook



LinkedIn



03

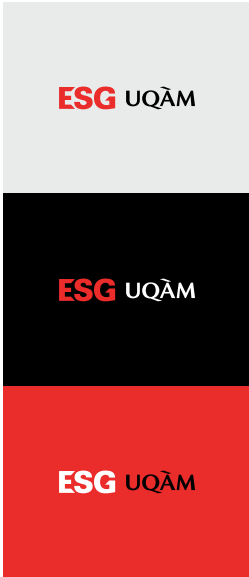
Récapitulatif

Ça y est! Vous avez tout en main pour sortir du cadre.

Et on vous offre ici un aide-mémoire pratique des éléments couverts dans ce guide.

Logos

Logos principaux



Réseau social rond



Réseau social carré



Couleurs

Pantone 1795 C
CMJN 00 / 81 / 82 / 08
RVB 234 / 44 / 42
HEX #EA2C2A

CMJN 00 / 00 / 00 / 10
RVB 232 / 232 / 232
HEX #E8E8E8

CMJN 00 / 00 / 00 / 00
RVB 255 / 255 / 255
HEX #FFFFFF

CMJN 60 / 40 / 40 / 100
RVB 00 / 00 / 00
HEX #0000t0

Typographie

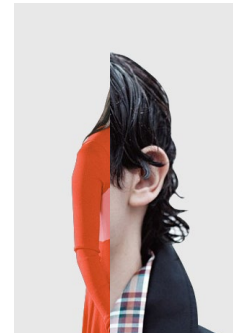
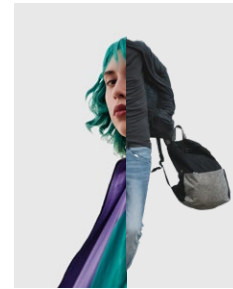
Lab Grotesque Regular

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

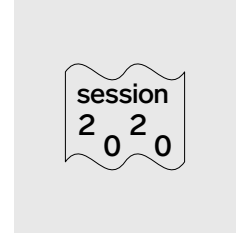
Tonalité

Audacieux
Authentiques
Ouverts
Allumés

Imagerie



Icônes



communications-esg@uqam.ca

Vous êtes
perdu ?

Écrivez au chef de marque à communications-esg@uqam.ca
pour toute question au sujet de notre guide de normes.