

NORMES DES ARTICLES PROMOTIONNELS

Les associations et groupes étudiants qui participent à des événements publics et qui souhaitent porter les couleurs de l'Université sont encouragés à le faire et bénéficient de plusieurs options.

Pour toutes les situations, les approbations pour un article précis ne valent que pour la commande concernée; chaque nouvelle production, même lors d'une réimpression, doit faire l'objet d'une nouvelle approbation.

ARTICLES AVEC LE LOGO DE L'UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

1^{re} option

Les associations et groupes étudiants peuvent se procurer des articles officiels à la Coopérative de l'Université de Sherbrooke.

2^e option

S'ils souhaitent développer un article spécifique avec le logo de l'UdeS, ils doivent contacter une conseillère ou un conseiller en communication de leur unité pour qu'elle ou qu'il les soutienne dans leur projet. La cohorte, le nom du programme, le nom de la faculté ou du centre peuvent être ajoutés sur un article ayant le logo de l'UdeS.

Le logo de l'UdeS ne peut toutefois pas cohabiter avec le logo d'un regroupement étudiant sur un même objet (pour les regroupements étudiants, voir la 4^e option). La zone de protection du logo doit être bien respectée.

Les articles promotionnels développés devront être conformes aux normes graphiques et de qualité indiquées dans ce guide. L'utilisation du logo de l'Université sur l'article doit être approuvée par le Service des communications à **communications.objets-promo@USherbrooke.ca**.

L'épreuve ou la maquette doit être envoyée à cette adresse.

Initiatives étudiantes



ARTICLES AVEC LE LOGO D'UNE FACULTÉ OU D'UN CENTRE

3^e option

S'ils souhaitent développer un article avec le logo de leur faculté ou de leur centre, les associations et groupes étudiants doivent contacter une conseillère ou un conseiller en communication de leur unité. Cette personne les guidera sur les normes à respecter, approuvera les propositions en ce sens et sera une ressource dans leur collaboration avec la Coopérative. Les articles promotionnels développés devront être conformes aux normes graphiques et de qualité indiquées dans le Guide de normes des objets promotionnels de l'UdeS.

ARTICLES AVEC UN VISUEL CRÉATIF

4^e option

Les associations et groupes étudiants ont également la possibilité de faire concevoir des articles avec un visuel créatif, en travaillant avec l'entreprise de leur choix.

Le « S » calligraphié peut être intégré sur l'article promotionnel. Il peut être modifié ou non. Pour éviter toute confusion avec les articles officiels du Vert & Or, **le « S » calligraphié ne peut pas être en jaune ou en or.** **Il est aussi obligatoire que le nom du regroupement étudiant ou du programme soit inscrit sur l'article et forme un tout avec le « S » calligraphié.**

Le nom de l'Université peut être ajouté, mais il faut respecter une zone de protection pour qu'il ne semble pas faire partie du logo du regroupement.

Les étudiants doivent faire valider leur design par une conseillère ou un conseiller en communication de leur unité.

L'article créé ne doit pas être perçu comme un article officiel de l'Université. **Pour cette raison, il n'est pas possible d'apposer le logo de l'Université, le logo d'une unité, le nom d'une unité ou l'étiquette « UDS » sur l'article.**

« S » CALLIGRAPHIÉ



Ces visuels ont été créés par des associations de l'UdeS.

COULEURS IDENTITAIRES

Les couleurs de l'UdeS peuvent être utilisées et le nom de l'université peut être sur l'objet.

Le Service des communications encourage l'utilisation de la gamme de couleurs indiquée dans ce guide et décourage l'utilisation de couleurs propres à d'autres universités (rouge, bleu, mauve, bourgogne).

Pour assurer la lisibilité du texte, la [Charte des couleurs et des contrastes](#) peut vous guider.

POLICES DE CARACTÈRES

Cinq polices de caractères sont présentes dans l'univers de marque de l'UdeS. Elles peuvent être utilisées sur les articles promotionnels.

COMMANDITAIRES

Lorsque des logos de commanditaires sont ajoutés sur un vêtement promotionnel, voici les principes sur lesquels se baser :

- Le logo de l'UdeS doit être plus en évidence et dissocié des logos des commanditaires. La zone de protection du logo de l'Université doit être respectée.
- Le nom de l'événement ou du regroupement doit être clairement identifié.

Les associations et groupes étudiants sont invités à choisir des objets durables et utiles ainsi qu'à réfléchir à la réduction à la source, au réemploi et au recyclage des articles produits.

CODES DES COULEURS

	Process	PMS
Développement durable	55-0-100-0	368
Vivacité	70-0-100-0	361
Créativité	85-0-100-0	354
Fierté	100-0-100-0	347
Solidarité	95-15-90-5	7725
Bien-être	90-30-80-10	341
Réussite	85-45-70-15	626
Or	10-35-90-0	130
Orange	20-70-100-0	1595
Violet	60-80-25-0	2603

POLICES DE CARACTÈRES

**La reconnue
(Merriweather)**

Police utilisée pour le logo

**La sympathique
(Cocogoose)**

**L'audacieuse
(Museo)**

**L'engagée
(Trade Gothic LT)**

**L'accessible
(Arial)**

COMMANDITAIRES

