

DESIGN GUIDELINES

Introduction

Haute École de Théologie

La Haute École de Théologie (HET-PRO) est un Institut de formation supérieur interdénominationnel reconnu par le Réseau évangélique suisse (RES), la Fédération évangélique vaudoise (FEV) et des partenaires réformés. Cet institut projette de demander une reconnaissance HES (Haute École spécialisée).

La HET-PRO est un lieu de formation romand de futurs ministres, responsables et professionnels voulant travailler au service des Eglises et Œuvres chrétiennes en Suisse et dans le monde, ainsi qu'au bien de la société.

Table des matières

03-07	Le logo
08-20	Les éléments clés

LE LOGO

Notre logo

Notre logo représente la marque dans son ensemble en exprimant l'identité de l'école.

**VERSION HORIZONTALE**

Utilisation prioritaire dans l'ensemble de la communication de l'école.



HET-PRO
HAUTE ÉCOLE
DE THÉOLOGIE

VERSION VERTICALE

Utilisation secondaire selon les besoins des formats.

**BLASON**

Le blason peut s'utiliser seul pour communiquer la HET-PRO. Il s'utilise dans ce cas comme symbole graphique.

LE LOGO

Signification



TYPOGRAPHIE

MAJUSCULE & GRAS

Confiance
Sérieux
Entier

FINESSE

Humilité
Apporte de la structure

SIGNIFICATION DES TEINTES

BLEU Formation, Sagesse, Vérité



BLEU CYAN
Dynamisme
Ouverture
Spirituel
Innovation



BLEU MARINE
Académique
Posé
Confiance
Sérieux

SIGNIFICATION GLOBALE



BLASON
Héritage
Excellence
Académique



CERCLE
Spiritualité
Inspiré



SIGNIFICATION
Cercle > Tête = Christ
Blason > Corps = l'Église

SIGNIFICATION SUR LA BASE DE L'ÉNONCÉ DE LA VISION

Unis par l'Évangile

Cadrant
Unité
Entrecroisement

Former la personne

Pousse (ex: plante)
Livre

Construire l'Église

Dynamisme
Partage/Dialogue
Spiritualité vivante
Construction de l'Église de manière cadrée

Servir la société

Ouverture sur l'extérieur
Dynamique missionnelle

ENSEMBLE DU LOGO

Tension positive dans la signification

Classe, sérieux, posé et académique
Contemporain, moderne, fort et actuel

LE LOGO

Codes couleurs du logo

COULEURS



BLEU NUIT



PANTONE	7463 C / 7463 U
CMJN	90 50 30 55
RGB	0 61 85
HTML	003d55

BLEU CYAN



PANTONE	299 C / 298 U
CMJN	70 15 0 0
RGB	53 169 225
HTML	35a9e1

MONOCHROMIE



COULEUR FONCÉE

En monochromie le logo s'affiche sans distinction avec une teinte à 100% foncée ou noire.

FOND FONCÉ

Sur fond foncé, le logo s'intègre principalement en monochromie blanche.

FOND CLAIR

Le logo doit toujours rester lisible, sur fond clair il est utilisé avec ses codes d'origines ou dans une monochromie foncée.

LE LOGO

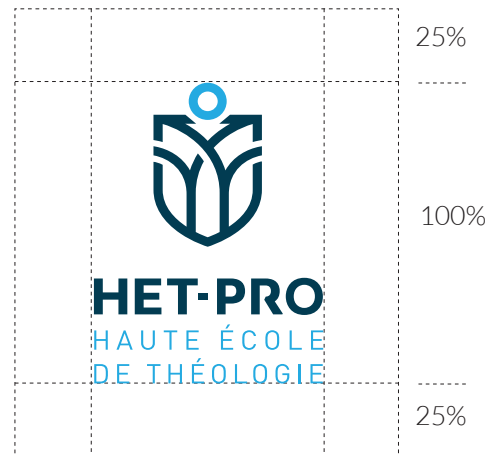
Zone d'exclusion

Dans tous les cas, une zone d'exclusion autour du logo est à respecter. Elle est définie par une proportion de protection indispensable, correspondant à 20% de la largeur du logo pour la version horizontale et 25% de la hauteur pour la version verticale.

VERSION HORIZONTALE



VERSION VERTICALE



LE LOGO

Veuillez éviter

Notre logo est une marque qui doit s'afficher de manière uniforme sur l'ensemble des supports. Dans le but de préserver l'intégrité du logo, veuillez éviter les modifications qui impactent négativement la marque.



✗ Ne jamais ajouter de contour d'ombre au logo ou réduire l'opacité du logo.



✗ Ne jamais effectuer de distortion.



✗ Ne jamais incliner le logo.



✗ Ne jamais modifier la relation de taille/espace entre la marque et son symbole.



✗ Ne jamais modifier des couleurs spécifiques du logo.



Dans le cas d'une utilisation qui pourrait réduire la lisibilité du logo, ce choix doit être validé par le secteur communication de la HET-PRO.

LES ÉLÉMENTS CLÉS

Police de caractère

Lato est une police de caractères sans empattement conçue par le designer Łukasz Dziedzic Varsovie (son nom signifie «Soleil» en polonais).

Lato est travaillée avec un léger arrondi qui apporte une certaine douceur au texte. Cependant, sa structure rigoureuse vient contrebalancer ce sentiment en apportant une touche de stabilité. Son créateur résume cette police en deux mots «amicale et forte».

Elle a l'avantage d'avoir une excellente lecture et un style standard lorsqu'elle est utilisée en petite taille pour du contenu, mais affiche tout son caractère lorsqu'elle s'utilise en grand pour du titrage ou des slogans !

GRAISSES

Hairline

Light

Regular

Semibold

Black

LATO BLACK

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890 äöü
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 (*+,-./:;<=>?@~\$'"÷)

LATO BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890 äöü
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 (*+,-./:;<=>?@~\$'"÷)

LATO Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890 äöü
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 (*+,-./:;<=>?@~\$'"÷)

LATO LIGHT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890 äöü
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 (*+,-./:;<=>?@~\$'"÷)

LATO HAIRLINE

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890 äöü
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 (*+,-./:;<=>?@~\$'"÷)

LES ÉLÉMENTS CLÉS

Style des slogans

SLOGAN «GRAND FORMAT»

Le style «slogan grand format» s'utilise pour exprimer le message principal du support. Le message doit être bref, marquant et consommer une partie importante de l'espace du visuel.

**FORMER
REFORMER
TRANSFORMER**

GRAISSE LATO BLACK + filet de contour / Majuscule

LETTRAGE Interlettrage 40 **Interligne** corps du texte

SPÉCIFICITÉ Filet de contour (Ratio : 20pt = 0.5pt contour)

MENTION EN APPUI

Il est parfois nécessaire d'ajouter une mention qui complète ou contextualise un slogan. Cette mention peut se positionner au-dessus ou en dessous du slogan et ne doit avoir la longueur que d'une seule ligne.

**UNE HAUTE ÉCOLE
DE THÉOLOGIE
EN SUISSE ROMANDE**

► **DÈS SEPTEMBRE 2017**

GRAISSE LATO BLACK / Majuscule

LETTRAGE Interlettrage 40

SPÉCIFICITÉ 45-55% de la taille du slogan

SLOGAN «MOYEN & PETIT FORMAT »

Le style «slogan moyen & petit format » correspond à d'autres besoins de slogan. Exemple pour un slogan d'importance secondaire ou lorsque l'espace manque ou qu'il y a une quantité importante de contenus (ex: rollup). Ce slogan ne peut pas s'utiliser en même temps que le slogan « grand format ».

**ÉTUDE BIBLIQUE
EN THÉOLOGIE**

GRAISSE LATO BLACK / Majuscule

LETTRAGE Interlettrage 40 **Interligne** corps du texte+10%

LES ÉLÉMENTS CLÉS

Style de titrage de contenus

TITRE PRINCIPAL

Lorem ipsum dolor

S'utilise comme titre principal pour introduire une thématique globale.

Graisse	Lato Black
Interlettrage	10
Taille	Texte normal + 30-50%
Style	Minuscule
Teinte	Bleu corporate (selon besoin le cyan corporate)

TITRE SECONDAIRE 1 (INTERTITRE)

LOREM IPSUM DOLOR SET

S'utilise principalement comme intertitre dans du contenu.

Graisse	Lato Black
Interlettrage	20
Ratio de taille	Texte normal
Style	Majuscule
Teinte	Bleu corporate/complémentaire

TITRE SECONDAIRE 2 (SPÉCIFIQUE)

LOREM IPSUM DOLOR SET

S'utilise pour des besoins complémentaires, mise en valeur d'une section dans une «sidebar» ou dans un graphique.

Graisse	Lato Black
Interlettrage	50
Ratio de taille	Texte normal -10%
Style	Majuscule
Teinte	Bleu cyan

TEXTE EN GRAS (SURTITRE)

Lorem ipsum dolor sit amet

Graisse	Lato Bold
Style	Identique au contenu

TEXTE COURANT

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque placern.

Graisse	Lato Light
Interlettrage	20
Interligne	Corps du texte + 30%
Teinte	Noir 90% / bleu nuit

LES ÉLÉMENTS CLÉS

Style de texte de contenus

CHAPÔ

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.

Graisse Lato Light Italic
Interlettrage 40
Style Minuscule
Ratio de taille Texte normal +50-60%
Interligne Corps du texte +25%
Teinte Identique au texte

CITATION

*Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur
adipiscing elit.*

Graisse Lato Light Italic
Interlettrage 40
Style Minuscule
Ratio de taille Texte normal + 35-40%
Interligne Corps du texte + 20%
Teinte Bleu cyan (certains cas, peut changer)

EXERGUE

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.

Graisse Lato Light Italic
Interlettrage 40
Style minuscule
Ratio de taille Texte normal +50-60%
Interligne Corps du texte + 20%
Teinte Bleu cyan (certains cas, peut changer)

TITRE PROFESSIONNEL

Phd, Directeur du Forum Emmaüs

Graisse Lato Light Italic
Style Minuscule
Teinte Identique au texte

LÉGENDE D'IMAGE

Lorem psum dolor site

Graisse Lato Light Italic
Style Minuscule
Teinte Texte avec transparence 70%

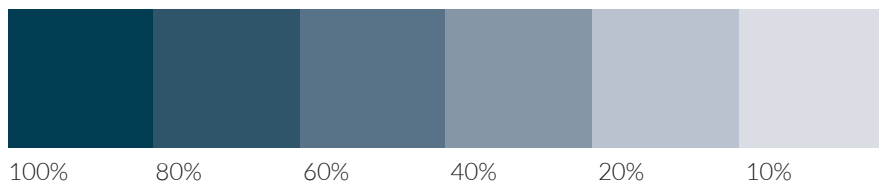
LES ÉLÉMENTS CLÉS

Les teintes corporate

Pour les documents « corporate » (papiers entête, enveloppes, fiches...) il est nécessaire d'utiliser les teintes suivantes :

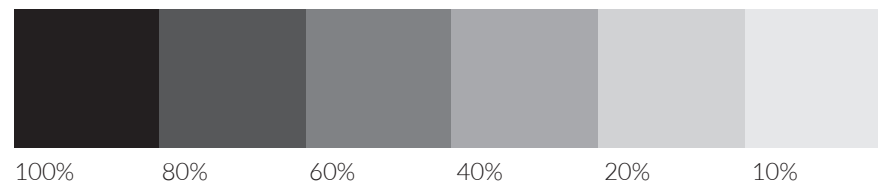
BLEU NUIT

CMJN 90 50 30 55
RGB 0 61 85
HTML 003d55
PANTONE 7463 C / 7463 U



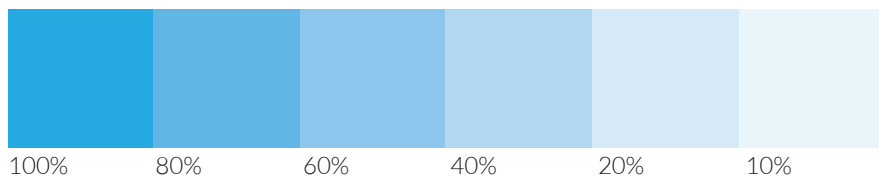
NOIR

CMJN 0 0 0 100
RGB 0 0 0
HTML 000000



BLEU CYAN

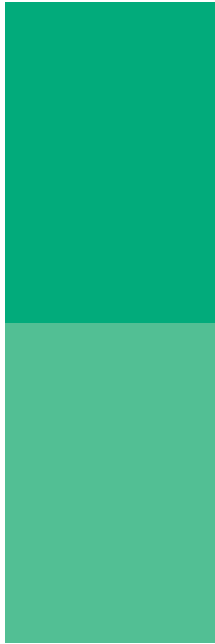
CMJN 70 15 0 0
RGB 53 169 225
HTML 35a9e1
PANTONE 299 C / 298 U



LES ÉLÉMENTS CLÉS

Les teintes complémentaires de la HET-PRO

Pour apporter du punch à l'identité de la HET-PRO pour des besoins qui diffèrent des documents corporate voici une palette de teintes utilisables.

CMJN 70 15 0 0 RVB 53 169 225 HTML 35a9e1	CMJN 90 50 30 55 RVB 0 61 85 HTML 003d55	CMJN 87 2 70 0 RVB 0 160 111 HTML 00a06f	CMJN 65 0 100 15 RVB 89 160 40 HTML 59a028	CMJN 0 10 100 0 RVB 255 221 0 HTML ffd00	CMJN 10 100 5 15 RVB 191 0 109 HTML bf006d	CMJN 0 100 70 20 RVB 193 3 47 HTML c1032f	CMJN 0 75 100 0 RVB 234 89 6 HTML ea5906
							
CMJN 40 0 0 0 RVB 161 217 248 HTML a1d9f8	CMJN 90 50 30 0 RVB 0 109 147 HTML 006d93	CMJN 64 0 55 0 RVB 93 185 142 HTML 5db98e	CMJN 40 0 85 0 RVB 174 204 69 HTML aecc45	CMJN 0 6 60 0 RVB 255 234 127 HTML ffea7f	CMJN 5 90 0 0 RVB 224 48 138 HTML e0308a	CMJN 0 95 70 0 RVB 230 31 60 HTML e61f3c	CMJN 0 65 70 0 RVB 238 113 0 HTML ee7100

LES ÉLÉMENTS CLÉS

Elements graphiques

Le blason fait partie prenante des éléments visuels de l'identité graphique de la HET-PRO. Il doit s'afficher et être prévu pour être un élément fort de la communication visuelle.



Exemples d'utilisations

Le blason peut s'utiliser en bichromie ou en monochromie selon les besoins.



LES ÉLÉMENTS CLÉS

Style des photos – structurelles

Les photographies structurelles sont utilisées comme un élément fondamental de la communication de la HET-PRO. Elles sont spécifiques à l'école et communiquent à la fois l'aspect académique par l'utilisation du blason, tout en apportant une touche « humaine » avec l'intégration d'une personne.

Elles sont utilisées comme un élément de base visuel pour :
- couvertures de documents, documents publicitaires, stands...

Elles sont composées de cette manière :

- **Fond neutre** (avec structure murale) d'une teinte de la charte HET-PRO (p. 13). Espace d'au moins 50% de la largeur pour y intégrer un slogan.
- **Intégration d'une personne** (ou d'un élément) à partir de la ceinture. La personne intégrée doit être dans un rapport de taille (ratio) cohérent avec la taille du blason. Les teintes de la photographie doivent tirer sur des nuances chaudes. Il est nécessaire de faire apparaître un ombrage léger apportant de la profondeur à la photographie.
- **Intégration du blason** en le superposant avec la personne. La taille du blason doit utiliser l'entier de la hauteur de l'image avec la possibilité de couper une partie du haut (5-15%). Pour certains besoins (format papier carré ou portrait), il est possible de couper une partie du visuel du blason à droite (<40%).
- **Intégration du slogan** selon le style de titrage « Principal – style 1 » avec un positionnement à partir du 50% de la hauteur.



LES ÉLÉMENTS CLÉS

Style des photos – contenus

Les photographies de contenus sont utilisées pour agrémenter les contenus des brochures, sites internet... Elles sont utilisées pour améliorer la compréhension des messages et apporter de la structure visuelle aux documents.

Elles sont composées de cette manière :

- **Critères :** Utilisation de photographies de personnes en situation réelle pour éviter la notion faussée de la pose devant un appareil photo ou des photographies de stock. Elle sont intégrées dans un environnement commun du quotidien. La photographie peut contenir une à plusieurs personnes habillées de manière contemporaine.
- **Teintes :** Les photographies doivent avoir un ensemble de teintes uniformisées entre les différentes photographies. Elles sont lumineuses, avec un bon contraste, elles tirent légèrement sur des teintes chaudes tout en restant assez neutre. La lumière correspond à de la lumière extérieure et non pas de la photo studio.
- **Structure :** La/les personne(s) ou l'objet de l'image se retrouvent au premier plan, avec une zone libre pour l'environnement à gauche ou à droite de l'image. Il est possible d'avoir aussi l'élément au centre et la zone libre à gauche et à droite.
- **Citation :** Nous recommandons d'intégrer les citations sur les images avec du texte sans capsule de fond ni contour. En utilisant le flou de l'image ou en rendant certaines zones plus claires pour garder la lisibilité.
- **Spécificités :** Pour des besoins spécifiques (portraits de témoignages...) il est possible de ne pas respecter les points : critères et structure.

Exemples de photographies

LES ÉLÉMENTS CLÉS

Quelques mauvais exemples de photographies



✗ Teintes bleutées,
structure et visuel O.K.



✗ Regard en attente de la
photographie



✗ Fond neutre



✗ Structure typée
«Stock de photos»



✗ Trop de contraste et
teintes trop chaudes

LES ÉLÉMENTS CLÉS

Type de papier

Les papiers d'impression pour communiquer l'identité de la HET-PRO doivent respecter certains critères, pour offrir une cohérence graphique dans la communication de l'école.

Généralité

Type de papier : Offset (non-couché)

Proposition pour la papeterie

Utilisation pour le corporate du papier Rebello de Fischer, qui a un type recyclé moderne tirant légèrement sur le gris et proposant dès lors un style contemporain en accord avec le logo.

Enveloppe : 100g/m²

Lettre A4 : 90g/m²

Carte de compliments : 300g/m²

Carte de visite : 300g/m²

Proposition pour les documents promotionnels

Pour les documents promotionnels (brochure, flyers...) une marge de manoeuvre est recommandée pour permettre une flexibilité dans les choix d'impression. Il est par contre nécessaire de choisir un papier Offset (non-couché) de grammage consistant permettant une bonne prise en main.

LES ÉLÉMENTS CLÉS

Style d'illustration

Cet aspect est en cours de définition, cette section sera complétée plus tard.