



Ce guide renferme les fondations identitaires de l'image de marque d'Investissement Québec. On y présente l'essence de notre marque, l'ensemble des signes identitaires qui constituent son expression verbale et visuelle, ainsi que quelques exemples de leur application. Le respect des informations contenues dans ce document contribue à la cohérence, simplifie la production d'outils de communication, galvanise les équipes internes, les partenaires et les fournisseurs et renforce la perception de la marque à chacun des points de contact avec son audience.

Sommaire

01	Essence de marque	4		
	Raison d'être	5		
	Offre	5		
	Cible	5		
	Unicité	5		
	Personnalité	6		
02	Expression verbale	8		
	Manifeste de marque	9		
	Signature de marque	10		
	Descripteur	10		
	Bio courte	10		
	Tonalité éditoriale	11		
	Guide rédactionnel	12		
03	Expression visuelle	13		
	Courbe de croissance	14		
	Usage de la courbe de croissance	15		
	Logo corporatif	16		
	Dégagement et taille minimale	17		
	Usage approprié	18		
	Usage inapproprié	19		
	Logo avec signature	20		
	Usage logo avec signature	21		
	Logo Investissement Québec International	22		
			Investissement Québec International	23
			dégagement et taille minimale	
			Logos des régions	24
			Couleurs	25
			Typographie de titrage	26
			Textes courants	27
			Notes en petits corps	28
			Hiérarchie typographique	29
			Hérarchie en renversé	30
			Bonnes pratiques typographiques	31
			Iconographie	32
			Dispositifs graphiques	33
			Étiquettes	34
			Masques Investissement Québec	35
			Proportion des masques	36
			Boutons	37
			Filets	38
			Arrière-plan dégradé	39
			Illustration emblématique	42
			Système illustratif	43
			Photographie	44

Essence de marque

Notre marque est avant tout une perception. Une image émotive et intuitive laissée dans l'esprit des gens qui la côtoient. Sans pouvoir contrôler parfaitement cette image, il convient d'émettre les bons signaux. Cette section en expose les grandes lignes.

Essence de marque

Raison d'être

Pourquoi existons-nous?

Nous existons pour contribuer activement au développement économique du Québec — rendre cette économie plus inclusive, durable et forte, pour qu'elle profite à tous.

Offre

Que faisons-nous?

Nous offrons des solutions alliant financement et accompagnement afin de propulser la croissance des entreprises du Québec.

Cible

Pour qui sommes-nous là?

Les entrepreneurs québécois établis ou implantés au Québec. Notre cible secondaire, quant à elle, concerne l'écosystème de développement économique, les partenaires d'affaires avec qui l'on travaille et, à plus haut niveau, le grand public.

Unicité

Qu'est-ce qui nous rend différents?

Nous sommes reconnus et appréciés pour nos solutions, adaptées aux besoins spécifiques de nos clients. Ces solutions se démarquent aussi parce qu'elles couvrent l'entièreté de l'arc de besoins de l'entreprise, avec une dizaine d'expertises complémentaires (financements, accompagnement techno, accompagnement à l'exportation, certifications, mesures fiscales, etc.) sous un même toit.

Essence de marque

À l'issue d'ateliers et de séances de travail, nous avons identifié six attributs de personnalité qui incarnent pleinement notre marque et en avons clarifié les raisons. Ces attributs servent désormais de repères pour mieux orienter les signaux de perception que nous souhaitons transmettre.

Personnalité

Ce que nous sommes

Ambitieux

Nous voyons loin et cherchons constamment à nous améliorer et nous dépasser. Essentiellement, nous sommes ambitieux pour nos clients, ambitieux dans ce que nous réalisons au quotidien et ambitieux pour le Québec tout entier.

Expérimenté

Nous avons développé une solide expertise en finance, mais aussi dans différents domaines connexes (technologie, ingénierie, etc.). Ce savoir-faire et ce savoir-être renforcent notre crédibilité et nourrissent la confiance dans nos relations.

Dynamique

Nous brassons des affaires. Littéralement. Vivants, évolutifs, toujours en mouvement. Ce dynamisme stimule nos clients, leur productivité — et l'économie en général.

Flexible

Nous avons la capacité de nous adapter au contexte économique du moment, mais surtout aux différentes réalités de nos clients. Cette flexibilité nous permet d'offrir des solutions sur mesure, adaptées à leurs besoins spécifiques.

Confiant

Nous avons un réel impact sur la croissance des entreprises québécoises et souhaitons prendre la place qui nous revient. Nous visons à nous affirmer davantage dans le marché et à rappeler aux entreprises que nous sommes là, pour eux. Nous sommes fiers de nos réalisations et souhaitons inspirer confiance.

Sympathique

Pas de jargon ou de discours soutenus : nous utilisons un langage simple et accessible. Notre intention est de se rapprocher de nos clients et d'être ainsi perçus comme des partenaires — et non comme des fonctionnaires.

Essence de marque

À l'issue de ses mêmes ateliers, nous avons identifié quatre attributs de personnalité qui se dissocient totalement de notre marque et en avons clarifié les raisons. Ces attributs servent également de repères pour mieux orienter les signaux de perception que nous souhaitons transmettre.

Personnalité

Ce que nous ne sommes pas

Conservateur

Ici, pas de statu quo! Nous ne sommes ni des notaires ni des bas-bruns. Au contraire, nous sommes une équipe dynamique qui ose prendre des risques financiers que d'autres institutions bancaires ne peuvent prendre et proposer solutions tangibles pour que nos clients concrétisent leur vision d'affaires.

Austère

Nous ne sommes pas élitistes ni intimidants. Nous sommes chaleureux et cultivons un environnement collaboratif, innovant et stimulant. Nous souhaitons ainsi nous éloigner de la froideur quelquefois associée à notre image.

Approximatif

Nous sommes réfléchis et mesurés. Plutôt que de verser dans le flou ou la poésie, nous privilégions une approche directe, rigoureuse et ancrée dans l'action.

Novice

Nous ne sommes pas des débutants et en avons vu d'autres. Cette expérience fait de nous des partenaires fiables et rassurants tant pour nos clients que pour nos partenaires.

Notre marque a une personnalité et une voix. Cette voix s'incarne à travers notre manifeste de marque et se décline en une signature, une bio courte et un descripteur. Cette section en expose les grandes lignes en plus de présenter un guide de tonalité pour mieux orienter la rédaction.

Manifeste de marque

En parfaite adéquation avec l'essence de marque, notre manifeste est le point de référence dans l'expression verbale d'Investissement Québec. Elle s'articule autour de trois courts paragraphes qui évoquent les thèmes clés de la marque, son vocabulaire et sa tonalité rédactionnelle. Chaque mot et chaque formule ont été choisis avec soin dans l'intention d'inspirer, d'informer et de séduire.

Manifeste de marque

**Investir dans l'avenir.
Prendre des risques et stimuler l'innovation.
Créer des occasions, un mouvement, de la richesse.**

**Agir en levier économique pour le Québec.
Soutenir les ambitions et concrétiser les visions d'affaires.
Créer des partenariats, une dynamique, de la valeur.**

**Propulser l'essor des entreprises.
Accompagner les visionnaires et multiplier les réussites.
Créer un environnement, des opportunités,
de la croissance.**

**Investissement Québec
Créateur de croissance**

Signature et descripteurs

Notre signature de marque, quant à elle, est présente sur plusieurs de nos outils de communication de façon à rappeler la raison d'être de nos actions.

Contrairement au caractère aspirationnel de notre manifeste et signature de marque, notre descripteur se veut plutôt explicite et direct. Il est présent là où notre offre doit être limpide.

Puis, notre bio courte encapsule les informations élémentaires de notre marque et à qui elle s'adresse. Elle a été développée pour permettre à quiconque de décrire Investissement Québec à un néophyte, en moins de quelques secondes.

Signature de marque

Créateur de croissance

Descripteur

**Financement
+ Accompagnement**

Bio courte

**Investissement Québec aide les entreprises d'ici à grandir
et concrétiser leurs ambitions, en leur offrant du financement,
et l'accompagnement de nos experts.**

**Nous sommes aux côtés des entreprises à long terme,
dans les bons moments comme dans les plus difficiles.**

**Nous sommes là parce qu'une entreprise qui grandit,
par la richesse et les emplois qu'elle crée, entraîne avec
elle le Québec tout entier.**

C'est ça, notre rôle de développement économique.

Tonalité éditoriale

Une tonalité éditoriale désigne la manière dont la marque s'exprime à travers ses contenus écrits — c'est le style émotionnel et relationnel de la communication. Pour arriver à définir cette tonalité, il faut d'abord distinguer la personnalité de marque (qui nous sommes) de la personnalité éditoriale (de quelle façon nous parlons).

Nous sommes...

Ambitieux

Expérimenté

Dynamique

Flexible

Confiant

Sympathique

Nous parlons de façon...

Accessible

Nous parlons simplement, avec des mots clairs et concrets. Sans jargon ni complexité inutile, nous rendons l'information compréhensible pour tous, afin que chaque utilisateur puisse saisir rapidement l'essentiel et agir en toute confiance.

Affirmée

Nous projetons une vision tournée vers l'avenir et la transformation. Notre voix inspire la croissance, le dépassement et l'impact positif, tant pour les entreprises que pour l'économie québécoise dans son ensemble.

Dynamique

Nous exprimons une énergie vivante, stimulante et orientée vers le mouvement. Notre ton reflète l'élan et la vitalité qui nous anime et incite nos publics à passer à l'action.

Chaleureuse

Nous adoptons un ton humain et inclusif. Nous parlons comme un partenaire de proximité, dans une approche empathique et collaborative, pour que nos interlocuteurs se sentent accompagnés et compris.

Inspirante

Nous cherchons à donner envie d'aller plus loin. Notre ton suscite la confiance et l'enthousiasme, en montrant des exemples concrets de réussite et d'impact.

Fiable

Notre ton exprime constance, solidité et rigueur, pour rassurer autant qu'accompagner.

Guide rédactionnel

Ce guide de tonalité oriente la rédaction, les interactions et la manière de faire vivre l'essence de marque dans chaque message. Un ton bien défini permet de créer une relation de confiance en parlant le langage des entrepreneurs, de garantir une cohérence

à travers toutes les plateformes et tous les formats, puis finalement, de rendre chaque contenu plus clair, accessible et engageant, sans perdre en crédibilité. En unifiant la voix d'IQ, ce guide devient un levier essentiel de clarté, de proximité et de crédibilité.

Accessible

Tonalité actuelle



Investissement Québec dispose d'un portefeuille de solutions financières adaptées aux besoins organisationnels des entreprises du Québec.

Tonalité souhaitée



Nous offrons des solutions de financement claires et simples, pensées pour vos besoins.

Affirmée

Tonalité actuelle



Nous offrons du soutien à plusieurs types d'entreprises.

Tonalité souhaitée



Nous propulsons votre entreprise vers de nouvelles étapes de croissance.

Chaleureuse

Tonalité actuelle



Veuillez remplir le formulaire pour obtenir plus d'information.

Tonalité souhaitée



Dites-nous ce que vous avez en tête, et parlons de votre projet.

Dynamique

Tonalité actuelle



Investissement Québec est disponible pour répondre aux besoins des entreprises.

Tonalité souhaitée



Lancez vos projets dès maintenant avec notre soutien.

Inspirante

Tonalité actuelle



Plusieurs entreprises ont bénéficié de notre accompagnement.

Tonalité souhaitée



Comme plus de 2 000 entreprises, transformez vos ambitions en succès durables.

Fiable

Tonalité actuelle



Veuillez prendre connaissance de notre offre de services.

Tonalité souhaitée



Nos solutions éprouvées accompagnent chaque année des centaines d'entreprises comme la vôtre.

Notre marque possède une personnalité visuelle forte et reconnaissable. Cette section présente les différents signes identitaires fondateurs de notre marque et les meilleures pratiques pour conserver une grande cohérence dans son expression.

Courbe de croissance

L'identité visuelle d'Investissement Québec puise son inspiration dans la forme d'une courbe de croissance, tel un graphique ascendant. Cette courbe incarne la mission de l'organisme : contribuer au développement économique du Québec en accompagnant les entreprises d'ici. Cette forme graphique traverse à répétition notre univers de marque et est intimement liée à notre signature : « Créateur de croissance ».

Courbe de croissance



Usage de la courbe de croissance

La courbe de croissance est régulièrement présente dans notre univers de marque, à la fois comme élément de composition, ou encore seul (par exemple comme avatar sur les réseaux sociaux).

Toutefois, notre symbole ne peut s’afficher exclusivement qu’en trois versions distinctes :

1. Dans ses couleurs officielles;
2. Dans une version monochrome de couleur Azurite;
3. Dans sa version neutre (en noir ou en blanc);
4. Avec ou sans son axe des X.

De plus, il faut toujours s’assurer du meilleur contraste possible entre fond et forme. Par exemple, sur un fond sombre, en dégradé ou tout simplement noir, le symbole neutre (en blanc) doit toujours être employé. Nous avons répertorié, ci-contre, différentes figures de cas pour faciliter la prise de décision. De plus, il s’agit d’un élément graphique qui ne remplace pas le logo officiel.

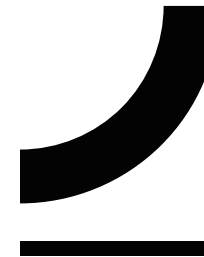
Couleurs officielles, sur fond pâle



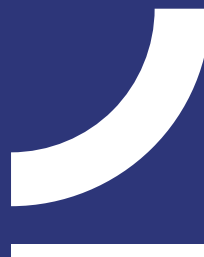
Version monochrome (azurite) ou neutre (noir), sur fond pâle



Version monochrome (azurite) ou neutre (noir), sur fond pâle



Version neutre (blanc), sur fond sombre



Version neutre (blanc), sur fond sombre



Version neutre (blanc), sur fond sombre



Couleurs officielles, sur fond pâle



Version monochrome (azurite) ou neutre (noir), sur fond pâle



Version neutre (blanc), sur fond sombre



Logo corporatif

La marque Investissement Québec a pris corps dans une forme graphique standardisée. Il s'exprime en deux composantes distinctes, mais interreliées : le symbole (la courbe de croissance, cette fois soulignée par l'axe des abscisses) et le logotype (à droite). Ensemble, il forme notre logo. Le tracé de notre logo et l'espacement entre chacun des éléments qui le constituent sont des composantes de personnalisation qui ont été soigneusement calculées. Ne tentez pas de les reproduire. Au besoin, utiliser plutôt les fichiers officiels, disponibles auprès de notre équipe de direction marketing numérique.

Logo



Espace de dégagement et taille minimale

Pour assurer sa lisibilité et sa visibilité, il est important de protéger notre logotype par un espace libre de distraction visuelle (images, textes, bordures de page, etc.). Utilisez le cercle de la lettre « Q » comme outil de mesure pour maintenir le dégagement de part et d'autre.

Aussi, pour conserver une bonne lisibilité en toutes circonstances, respectez la dimension minimum décrite ci-contre. Il n'y a pas de taille maximale prescrite, mais nous vous invitons à faire preuve de discernement lorsque vous positionnez notre logo.

Espace de dégagement



Taille minimale

0,25 po
47 px



Usage approprié

À l'instar du symbole présenté plus tôt, notre logo peut s'afficher exclusivement qu'en trois versions distinctes :

1. Dans ses couleurs officielles;
2. Dans une version monochrome de couleur Azurite;
3. Dans sa version neutre (en noir ou en blanc).

De plus, il faut toujours s'assurer du meilleur contraste possible entre fond et forme. Par exemple, sur un fond sombre, en dégradé ou tout simplement noir, le symbole neutre (en blanc) doit toujours être employé. Nous avons répertorié, ci-contre, différentes figures de cas pour faciliter la prise de décision.

Logo couleurs officielles, sur fond pâle



Version monochrome (Azurite), sur fond pâle



Version neutre (noir) sur fond pâle



Version neutre (blanc) sur fond sombre



Version neutre (blanc) sur fond sombre



Version neutre (blanc) sur fond sombre



Usage inapproprié

Dans l'usage courant de notre logo, certaines pratiques sont à éviter. En voici quelques exemples. En somme, assurez-vous que le logo est toujours bien lisible et respectez son intégrité en toutes circonstances.

Ajouter une ombre ou un effet



Utiliser une autre couleur que celles prescrites



Distortionner ou modifier le tracé



Inverser ou appliquer le dégradé d'une autre façon que celle prescrite



Utiliser uniquement le logotype



Modifier la position des éléments du logo



Effectuer une rotation



Ajouter un élément constitutif (autre que ceux prescrits)



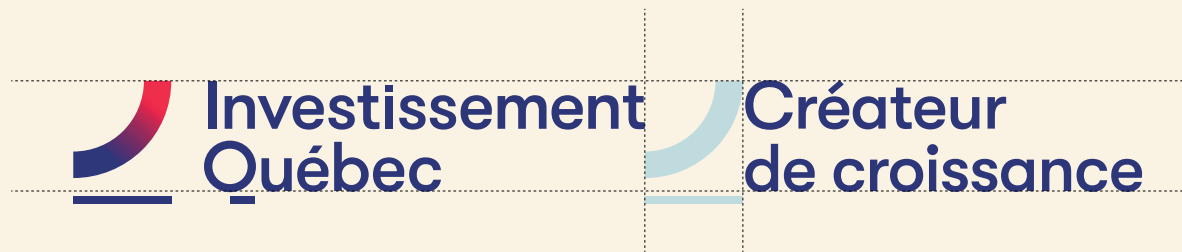
Remplir avec une image



Logo avec signature

Sur certaines pièces de communications choisies, le logo est associé à notre signature de marque (Créateur de croissance). Dans la construction graphique de cette « forme verrouillée », la signature occupe la même valeur que les lettres comprises dans le logo et s'appuie également sur la même ligne de base. Les deux éléments sont séparés d'un espace variable (voir page suivante), mais cet espace ne doit jamais être plus petit que la valeur du symbole de notre logo. On pourrait alors parler de dégagement « minimum ».

Logo avec signature (dégagement minimum)

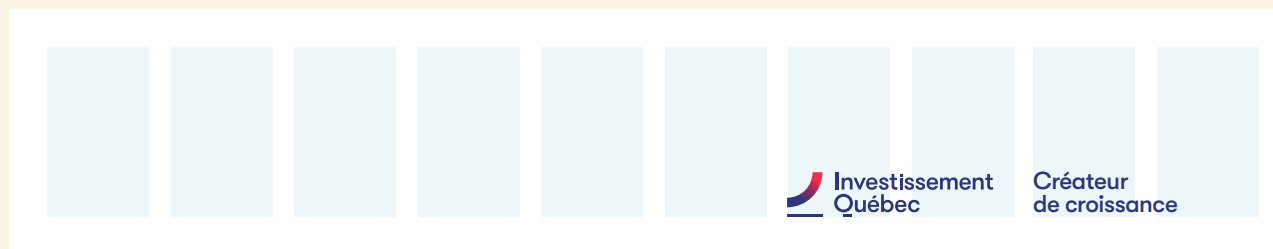
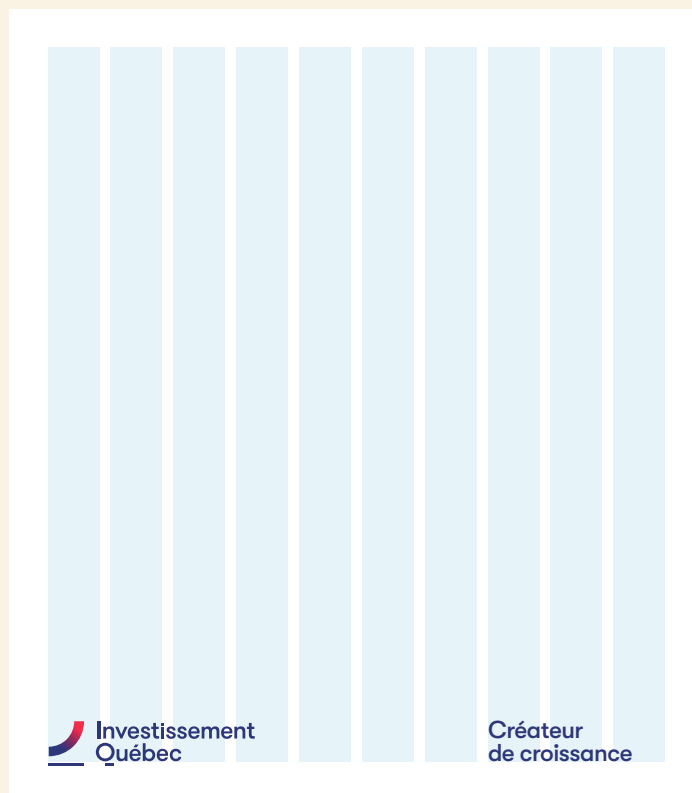


Logo avec signature



Usage du logo avec signature

Lors d'applications concrètes, les deux éléments constituant la forme verrouillée du « logo avec signature de marque » peuvent être séparés par un espace variable, afin de s'aligner avec les autres éléments présents sur la grille. Cette flexibilité réduit le bruit visuel et permet de bâtir des mises en page à la fois plus libres et plus organisées, sans perdre le lien entre les deux éléments identitaires.



Investissement Québec International — Logo

Investissement Québec International est la division d'IQ chargée de la prospection des investissements étrangers au Québec et de l'accompagnement des entreprises québécoises en matière d'exportation. Cette division a pris corps dans une forme graphique standardisée. Le tracé de ce logo et l'espacement entre chacun des éléments qui le constituent sont des composantes de personnalisation qui ont été soigneusement calculées. Ne tentez pas de les reproduire. Au besoin, utiliser plutôt les fichiers officiels, disponibles auprès de notre équipe de direction marketing numérique.

Les règles détaillées précédemment (couleurs, usage inapproprié, etc.) s'appliquent de la même façon à ce logo.

Logo Investissement Québec International



Investissement Québec International — Espace de dégagement et taille minimale

Pour assurer sa lisibilité et sa visibilité, il est important de protéger notre logotype par un espace libre de distraction visuelle (images, textes, bordures de page, etc.). Utilisez le cercle de la lettre « Q » comme outil de mesure pour maintenir le dégagement de part et d'autre.

Aussi, pour conserver une bonne lisibilité en toutes circonstances, respectez la dimension minimum décrite ci-contre. Il n'y a pas de taille maximale prescrite, mais nous vous invitons à faire preuve de discernement lorsque vous positionnez notre logo.

Espace de dégagement



Taille minimale

0,36 po
67 px



Logos des régions

Investissement Québec, c'est tout le Québec actif ! L'importance des régions dans le développement économique du Québec n'est plus à démontrer et une suite de logos, liés aux 17 régions administratives, a donc été développée. Le tracé de ces logos et l'espacement entre chacun des éléments qui les constituent sont des composantes de personnalisation qui ont été soigneusement calculées. Ne tentez pas de les reproduire. Au besoin, utiliser plutôt les fichiers officiels, disponibles auprès de notre équipe de direction marketing numérique.

Les règles détaillées précédemment (couleurs, espace de dégagement, usage inapproprié, etc.) s'appliquent de la même façon à ces logos.

Logos des régions



Couleurs

Au-delà de notre logo, la couleur est l’aspect le plus reconnaissable de notre marque. Utiliser la couleur de manière appropriée est l’un des moyens les plus simples d’assurer la cohérence visuelle dans nos

communications. Pour assurer la constance dans la représentation de nos couleurs, autant sur papier que sur écran, respectez les recettes ci-bas.

Couleurs primaires

Ivoire

#FDF7E8
R253 G247 B232
C1 M2 Y8 K0

Couleurs secondaires

Azurite

#1E2977
R30 G41 B119
C100 M96 Y22 K9

Fulgent

#FF1736
R255 G23 B54
C0 M97 Y78 K0

Blanc

FFFFFF
R255 G255 B255
C0 M0 Y0 K0

Cyan

#1E95C8
R30 G149 B200
C77 M26 Y8 K0

Ciel

#71D1F1
R113 G209 B241
C54 M0 Y5 K0

Typographie de titrage

À l'instar des couleurs, les polices de caractère utilisées dans nos communications participent activement à la reconnaissance de notre marque. Notre police de titrage est GT Walsheim Pro Bold. Inspirée du lettrage du légendaire affichiste suisse Otto Baumberger des années 1930, GT Walsheim est une police à la fois agréable et précise, compatible avec toutes les langues cyrilliques. L'usage de titres entièrement en majuscules est à proscrire.

Lorsqu'il est impossible d'utiliser cette police de caractères pour différentes raisons techniques ou légales, nous recommandons d'utiliser la police Arial, comme police de substitution.

Police officielle
GT Walsheim Pro Bold

GT Walsheim Bold
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789!?\$&%

Police de substitution
Arial Black

Arial Bold
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789!?\$&%

Textes courants

Agissant comme un élément graphique à part entière, notre marque dispose d'une seconde police de caractères nommée Crimson Pro. Cette dernière est une refonte de la police Crimson réalisée par Jacques Le Bailly, à la demande de Google. Ce nouveau Crimson est le fruit de mois de travail minutieux visant à perfectionner les couleurs, l'équilibre des glyphes et la lisibilité. On l'utilise pour l'ensemble de nos textes de corps et exergues. L'usage de textes entièrement en majuscules est à proscrire.

Lorsqu'il est impossible d'utiliser cette police de caractères pour différentes raisons techniques ou légales, nous recommandons d'utiliser la police Georgia comme police de substitution.

Police officielle
Crimson Pro Regular

Crimson Pro Regular
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789!?\$&%

Police de substitution
Georgia Regular

Georgia Regular
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789!?\$&%

Notes en petits corps

Pour l'utilisation en petits corps (étiquettes, boutons, notes de bas de page et instructions légales), il est préférable d'employer une police bâton, plus facile à lire en petite taille. C'est pourquoi GT Walsheim Pro Medium est un choix cohérent — par sa correspondance avec notre police de titrage. L'usage de textes entièrement en majuscules est à proscrire.

Lorsqu'il est impossible d'utiliser cette police de caractères pour différentes raisons techniques ou légales, nous recommandons d'utiliser la police Arial, comme police de substitution.

L'utilisation du texte tout en majuscule est à proscrire.

Police officielle
GT Walsheim Pro Medium

GT Walsheim Medium
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789!?\$&%

Police de substitution
Arial Bold

Arial Regular
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789!?\$&%

Hiérarchie typographique

Ces polices sont exploitées à travers une hiérarchie standardisée, permettant une reconnaissance instantanée de notre marque. Les titrages, les titrages d'accent, les textes courants, ainsi que les notes en

petits corps, sont organisés dans une suite de règles prescrites, impliquant à la fois le choix de police, la couleur, l'interlettrage et l'interlignage. Cette hiérarchie s'applique exclusivement sur fond pâle (blanc ou

ivoire). Sur le web, l'italique est à éviter : on le réserve alors aux anglicismes, aux titres officiels d'œuvres (films, livres...) et aux marques. Pour les citations, on se contente des guillemets.

Titrage

GT Walsheim Pro Bold
Couleur: Azurite
Interlettrage: -40
Interlignage: solide (ex. 20pt / 20pt)

Titrage d'accent

GT Walsheim Pro Bold
Couleur: Cyan
Interlettrage: -40
Interlignage: solide (ex. 20pt / 20pt)

Textes courants

Crimson Regular
Couleur: Azurite
Interlettrage: -20
Interlignage: ratio de 1,11x (ex. 9pt / 9,99pt)

Notes en petits corps

GT Walsheim Pro Medium
Couleur: Azurite
Interlettrage: -5
Interlignage: ratio de 1,11x (ex. 15pt / 16,65pt)

Transformez vos ambitions en succès. Maintenant.

Quelle que soit la taille de votre entreprise, nous soutenons la mise en œuvre de vos projets.

Voyez comment

La hiérarchie typographique recommandée à la page précédente s'applique uniquement sur fond pâle. Lorsqu'elle est utilisée sur fond sombre (Azurite, dégradé ou noir), un ajustement de graisse est

nécessaire. En effet, les formes claires sur fond sombre tendent à se dilater visuellement, créant une impression de gonflement. Un simple correctif optique permet de retrouver une apparence équilibrée.

La présente page illustre les ajustements de graisse préconisés pour y parvenir.

Titrage
GT Walsheim Pro Medium
Couleur: Blanc
Interlettrage: -40
Interlignage: solide (ex. 20pt / 20pt)

Titrage d'accent
GT Walsheim Pro Medium
Couleur: Cyan
Interlettrage: -40
Interlignage: solide (ex. 20pt / 20pt)

Textes courants
Crimson Light
Couleur: Blanc
Interlettrage: -20
Interlignage: ratio de 1,11x (ex. 9pt / 9,99pt)

Notes en petits corps
GT Walsheim Pro Regular
Couleur: Blanc
Interlettrage: -5
Interlignage: ratio de 1,11x (ex. 15pt / 16,65pt)

Transformez vos ambitions en succès. Maintenant.

Quelle que soit la taille de votre entreprise, nous soutenons la mise en œuvre de vos projets.

Voyez comment

Bonnes pratiques typographiques

L'application de bonnes pratiques typographiques garantit la lisibilité et la clarté des contenus, tout en reflétant une rigueur d'exécution qui valorise l'image de notre marque. Par exemple :

- Il est recommandé d'employer la véritable apostrophe courbe (') plutôt que l'apostrophe droite;
- Il est recommandé d'éviter les orphelins. Autrement dit, il est recommandé de ne pas laisser un mot isolé en début ou en fin de paragraphe, afin de préserver l'équilibre du bloc de texte;
- Il est recommandé de respecter les espaces insécables fines avant les signes de ponctuation doubles (: ? !) et autour des guillemets français (« »).

Certaines contraintes techniques notamment sur le web — comme la gestion des espaces insécables ou des césures en fin de ligne, souvent imprévisibles dans un contexte *responsive* — peuvent limiter l'application de ces pratiques. Il convient alors de faire preuve d'une certaine souplesse, tout en essayant de les respecter chaque fois que cela est possible.

Apostrophe incorrecte



Le savoir-faire
l'oeuvre.

Apostrophe adéquate



Le savoir-faire
à l'œuvre.

Présence d'orphelins



Solutions
sans limites

Nous anticipons les changements économiques et nous adaptons à votre réalité. Cette agilité nous permet de créer des solutions sur mesure qui ouvrent de nouvelles perspectives et accélèrent votre réussite.

Bloc de texte équilibré



Solutions
sans limites

Nous anticipons les changements économiques et nous adaptons à votre réalité. Cette agilité nous permet de créer des solutions sur mesure qui ouvrent de nouvelles perspectives et accélèrent votre réussite.

Espaces typographiques incorrectes



Notre volonté : soutenir
le passage à l'action!

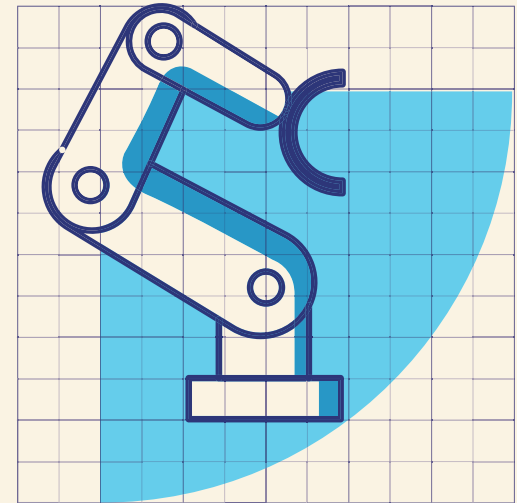
Espaces typographiques adéquats



Notre volonté : soutenir
le passage à l'action!

Iconographie

Nos icônes traduisent de façon schématisée les thèmes récurrents de la marque, nos lignes de services, ainsi que divers secteurs d'activité. Conçues sur mesure dans un ratio 1:1, elles véhiculent l'idée essentielle du sujet avec une approche minimaliste, conviviale et surtout harmonisée. Chaque icône doit rester unique, tout en s'inscrivant dans un style visuel cohérent avec l'ensemble, y compris pour les créations futures.



Accompagnement



Transition durable



Investissement



Innovation



Financement



Économie sociale



Liquidité



Science de la vie



Automatisation



Exportation



Productivité



Développement de marchés



Compétitivité



Immobilier



Produits compétitifs



Transformation numérique



Croissance



Industrie manufacturière



Relève

Dispositifs graphiques

Outre la hiérarchisation typographique présentée précédemment, notre marque se distingue également par l'utilisation de dispositifs graphiques spécifiques. Trois d'entre eux sont régulièrement employés dans notre univers de marque : les étiquettes, les boutons d'action et le masque Investissement Québec qui encadre nos images. Ces trois dispositifs sont détaillés dans les pages suivantes.



Nommé étiquette, ce dispositif permet de contextualiser le thème qui sera abordé dans une zone de contenu, une section ou encore une bannière promotionnelle. Les thèmes sont infinis, mais la structure formelle est toujours la même : un rectangle blanc ou cyan à coin entièrement arrondi, qui cerne le nom du thème. Vu qu'il s'agit d'un élément de petite taille, nous utilisons la police prévue pour les notes de petits corps. La marge particulièrement réduite autour du thème se calcule à l'aide la largeur de la lettre Q (de gauche à droite), avec la hauteur d'x en bas et la hauteur d'X (majuscule) en haut, permettant de bien centrer le mot dans l'étiquette.



Résultat

Exportation

Innovation

Transition durable

Productivité

Compétitivité

Financement

Soutien actif

Étude de cas

Conseils d'affaires

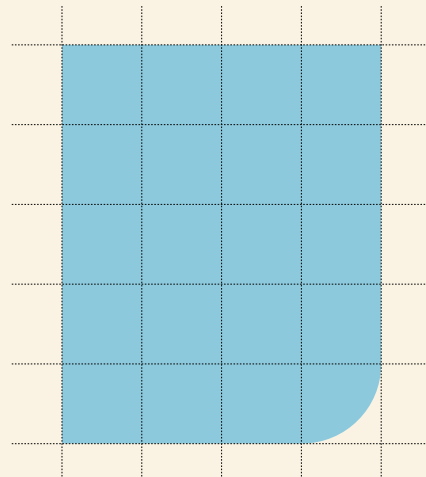
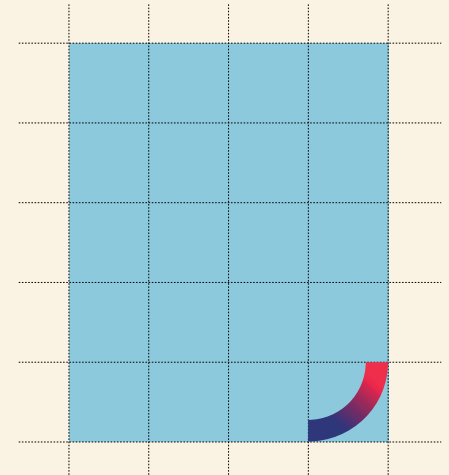
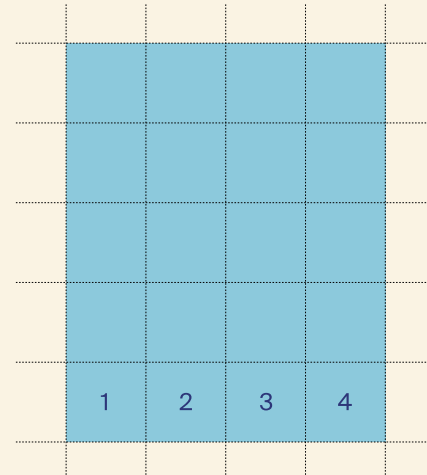
Carrière

Événement

Actualité

Toujours dans le but de signer plus fortement les pièces de communication de notre marque, un dernier dispositif graphique est exploité. Au lieu de cadrer nos photos à partir d'un rectangle élémentaire, il suffit de fractionner la zone d'affichage de l'image en quatre

(4) parts égales, puis d'arrondir la part inférieure droite à l'aide de la courbure ascendante de notre symbole. Ce masque se révèle à la fois reconnaissable et parfaitement cohérent avec le vocabulaire graphique de la marque.

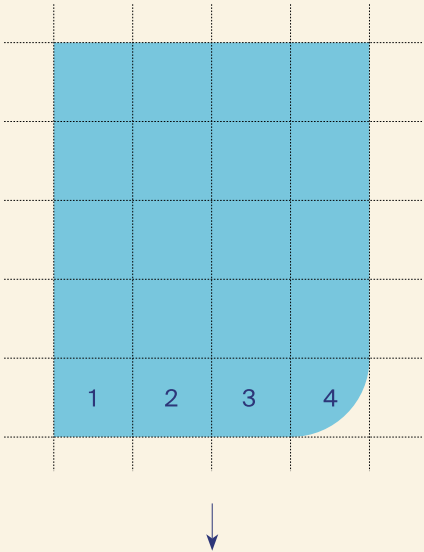


Proportion des masques

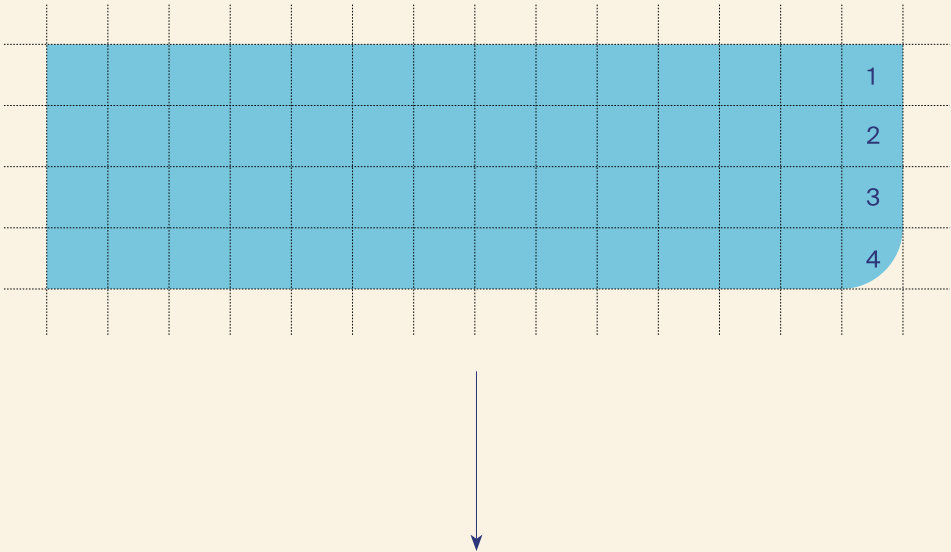
La méthode de construction du masque photographique (présentée à la page précédente) s'applique à tous les formats — carré, vertical ou horizontal. Pour maintenir des proportions

harmonieuses, il est essentiel de diviser en quatre (4) parts égales le côté le plus court, évitant ainsi des courbures excessives sur la droite.

Format vertical ou carré



Format horizontal

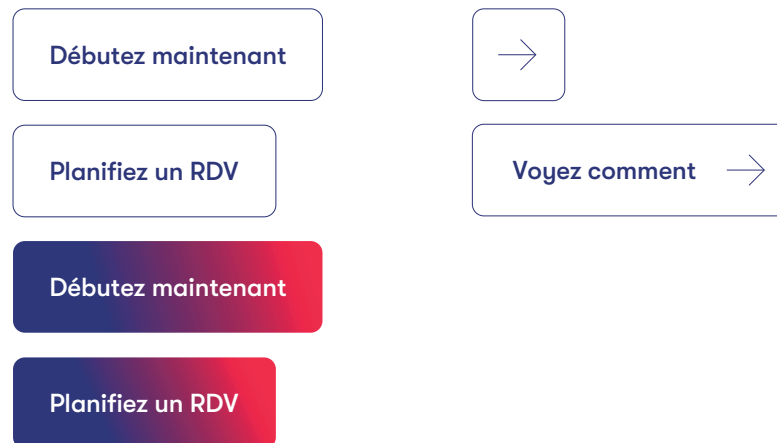


Les boutons d'action (impérativement interactif, décoratif seulement dans certains contextes, comme pour l'utilisation dans des carrousels de médias sociaux pour inciter les gens à explorer les autres pages) respectent le même schéma, mais le rayon des coins arrondis est beaucoup moins prononcé. On calcule d'ailleurs ce radius à partir d'une proportion de 15 % (la hauteur du bouton x 0,15).

La marge, beaucoup plus imposante pour ce dispositif, se calcule avec la hauteur de la majuscule, qui est doublée en haut et en bas, ainsi que de gauche à droite.



Résultat

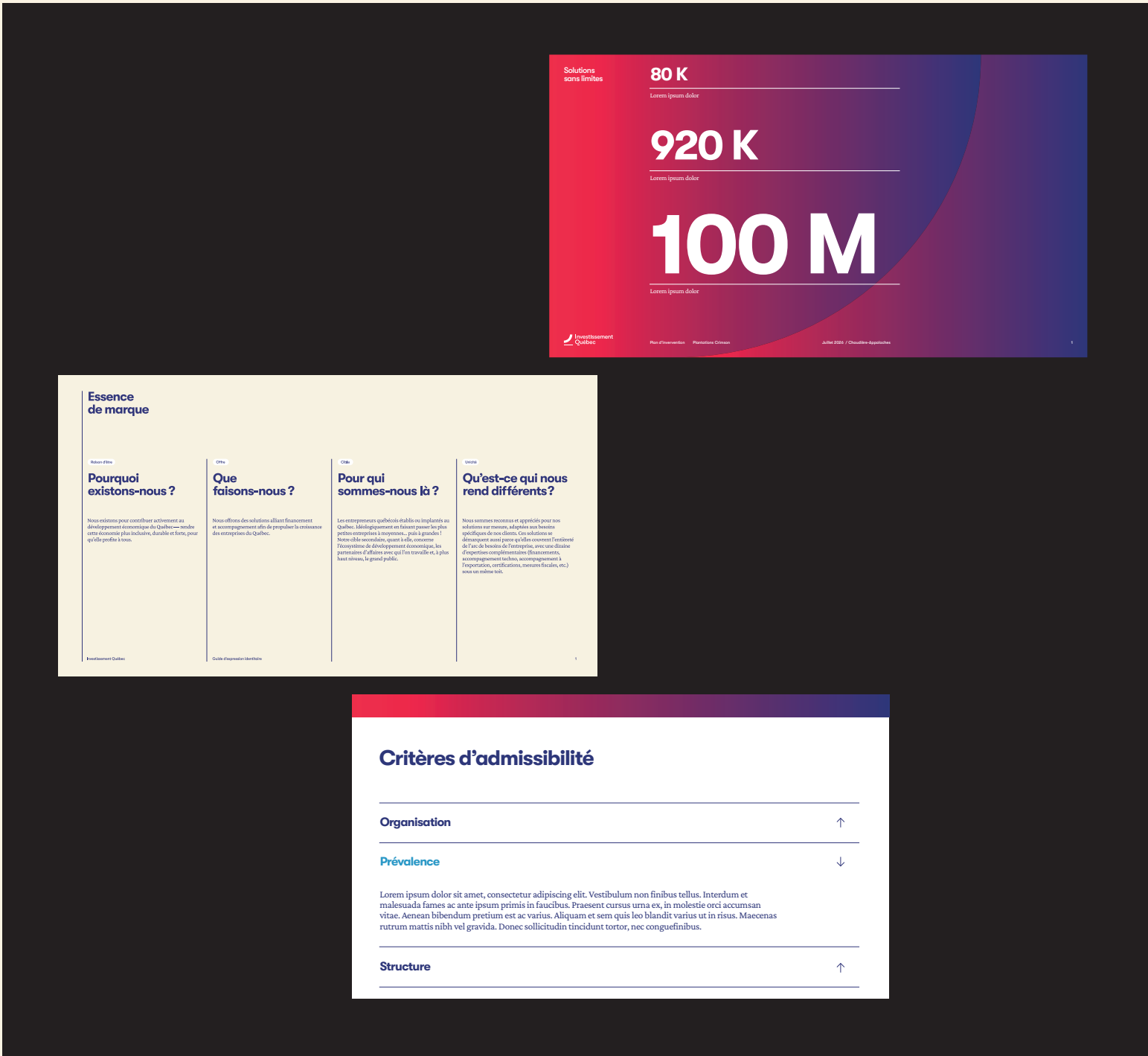


Filets

Les filets servent à organiser l’information et à subdiviser les mises en page. Elles peuvent être disposées horizontalement ou verticalement et doivent être contenues dans la grille graphique.

Sur fond pâle ou blanc, elles sont généralement utilisées à 0,3 pt en bleu Azurite ou en noir, en se mariant systématiquement à la couleur du texte. Sur fond sombre, elles sont utilisées exclusivement en blanc et sont légèrement plus fines (0.2 pt) pour compenser le gonflement optique.

Dans tous les cas, elles peuvent évidemment être ajustées pour s’adapter à une application particulière, mais ne doivent jamais être plus épaisses que le corps du texte.

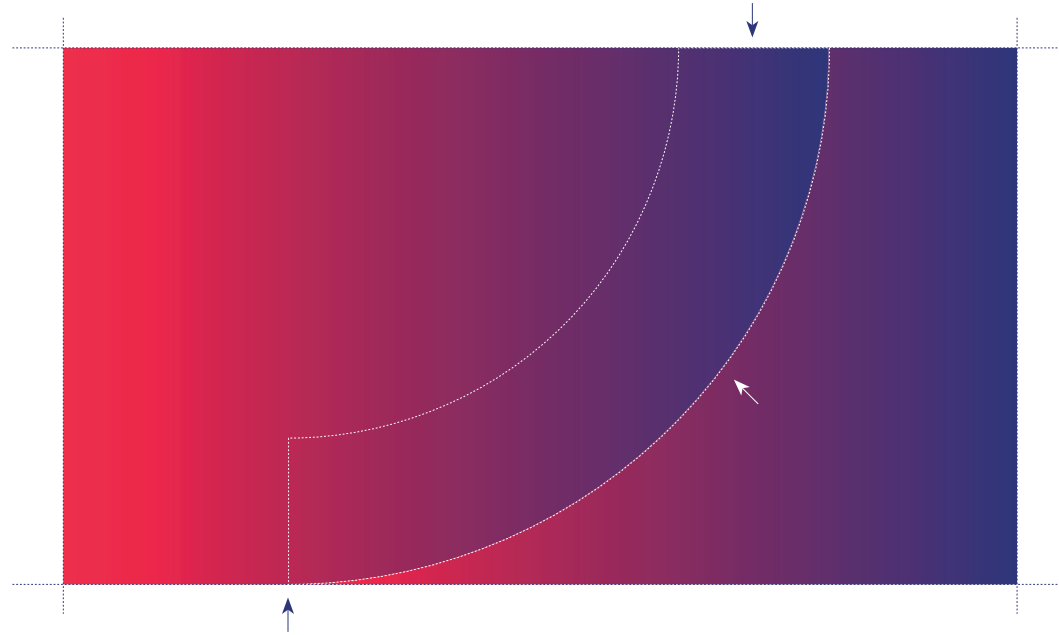


Arrière-plan dégradé

Le dégradé, présent dans notre symbole, peut être exploité comme signe identitaire à part entière. On peut d'abord s'en servir directement comme couleur d'arrière-plan (dégradé simple).

On peut également combiner deux dégradés (dégradé double) — ce qui permet d'ajouter du relief aux arrière-plans de certaines pièces de communication. Toutefois, pour y arriver, on doit impérativement utiliser la silhouette de notre courbe de croissance, en s'assurant qu'elle soit bien appuyée en haut et en bas de notre canevas. Le tracé ascendant de droite (la courbure qui traverse le canevas en entier) sert alors de repères pour séparer les deux zones de dégradés.

Construction du dégradé double



Résultat



Ces deux zones peuvent alors afficher différentes versions de dégradés si elles respectent les deux conditions suivantes :

1. Les couleurs qui ont servi à construire les dégradés proviennent exclusivement des couleurs primaires de la marque;
2. La direction des dégradés permet un découpage clair de part et d'autre. Autrement dit, il faut éviter de créer de la confusion entre la zone de droite et la zone de gauche (la courbe doit être franche sur toute la hauteur).

Pour plus de flexibilité dans les compositions, il est évidemment possible de déplacer la courbe sur l'axe des X (vers la gauche ou vers la droite).



On peut évidemment utiliser un dégradé simple, directement comme arrière-plan.

On va d'ailleurs prioriser cette approche pour simplifier les compositions et éviter de faire une surenchère de dispositifs « courbes » dans la même mise en page. Par exemple, si l'on souhaite utiliser la courbe de croissance comme élément graphique, le dégradé simple va être priorisé comme arrière-plan.

Éviter la surenchère de dispositifs courbe



Découvrez comment notre accompagnement peut vous permettre de relever les défis de main-d'œuvre auxquels vous faites face.

Prioriser la simplicité



Découvrez comment notre accompagnement peut vous permettre de relever les défis de main-d'œuvre auxquels vous faites face.

Illustration emblématique

Notre univers de marque fait également la part belle à l'illustration. Ce type d'imagerie a pour avantage de simplifier et d'humaniser le message en créant un univers chaleureux et universel. À partir de notre symbole, nous avons bâti une image emblématique représentant le moteur collectif des entrepreneurs en action. Ce foisonnement évoque tout le dynamisme de notre écosystème dans une seule image.

Cette illustration emblématique est disponible sur demande, auprès de notre équipe de direction marketing numérique.



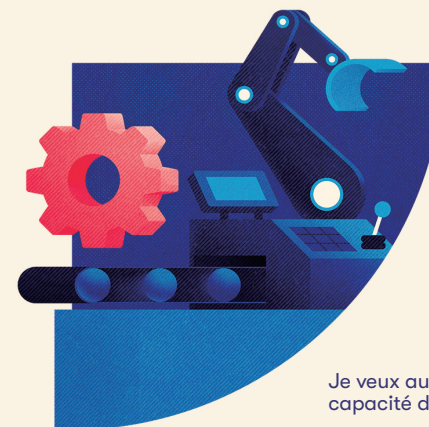
Système illustratif

À partir de l'image emblématique présentée à la page précédente se déploie, dans une même approche stylistique, une série d'illustrations représentant différents secteurs d'activité et divers thèmes chers à la marque. Bâti à l'intérieur d'un quart de cercle (évoquant toujours la courbe ascendante), le système illustratif ponctue nos communications et enrichit les textes qu'il accompagne.

Les illustrations de cette série sont disponibles sur demande, auprès de notre équipe de direction marketing numérique.



Je veux acheter
ou transférer
une entreprise



Je veux augmenter ma
capacité de production



Je veux percer
de nouveaux marchés



Je veux augmenter
mes liquidités



Je veux accroître
la valeur
de mes produits



Je veux savoir comment
vous pouvez m'aider

Photographie

L'approche photographique met l'humain au premier plan, en situation réelle et en action. Les images traduisent le mouvement, l'énergie et la progression, reflétant notre rôle d'accompagnement auprès des entreprises. Le style recherché est authentique, professionnel, contemporain et profondément humain. Les personnes sont représentées avec naturel; leur attitude exprime la détermination, l'empathie et une présence rassurante.

L'ambiance visuelle met en valeur l'innovation, la collaboration et l'ambition de croissance. Les images sont réalistes et soignées, portées par une atmosphère claire, positive et technologique. La lumière est franche et lumineuse, et les couleurs, vives et nettes, renforcent l'impression d'élan et de modernité.

Les plans rapprochés servent à capter les émotions et la précision des gestes ou des technologies, tandis que les plans larges illustrent le dynamisme des environnements et la diversité des secteurs d'activité.



L'approche photographique met l'humain au premier plan, en situation réelle et en action. Les images traduisent le mouvement, l'énergie et la progression, reflétant notre rôle d'accompagnement auprès des entreprises. Le style recherché est authentique, professionnel, contemporain et profondément humain. Les personnes sont représentées avec naturel; leur attitude exprime la détermination, l'empathie et une présence rassurante.

L'ambiance visuelle met en valeur l'innovation, la collaboration et l'ambition de croissance. Les images sont réalistes et soignées, portées par une atmosphère claire, positive et technologique. La lumière est franche et lumineuse, et les couleurs, vives et nettes, renforcent l'impression d'élan et de modernité.

Les plans rapprochés servent à capter les émotions et la précision des gestes ou des technologies, tandis que les plans larges illustrent le dynamisme des environnements et la diversité des secteurs d'activité.





Toutes situations spécifiques qui ne sont pas décrites dans ce guide doivent être soumises à notre équipe des communications. Tout le matériel visuel officiel d'Investissement Québec est disponible sur demande. Communiquez avec notre équipe de direction marketing numérique : marketing@invest-quebec.com