



Identité  
visuelle

## Table des matières

Définition de l'image de marque	3
Logotype	6
Couleurs	11
Typographies	12
Photographies	17
Grille graphique	18
Applications	20
Applications - Clubs et regroupements étudiants	32

## Une image de marque

L'ÉTS se nourrit d'ambitions, d'idées, d'innovations et de créativité. Ses étudiants, ses chercheurs, ses entrepreneurs, ses partenaires industriels savent transformer le génie en solutions qui ont un impact et une portée pour la société.

Le génie se transforme et l'ÉTS est une actrice importante de ce changement au Québec. Axé sur les besoins de l'industrie, le génie de l'ÉTS est plus humain, soucieux et conscient de l'importance et de l'urgence de créer des solutions durables face aux enjeux de société.

«Le génie pour l'industrie» de l'ÉTS évolue vers un objectif plus grand, et une empreinte plus large encore: le génie pour la société, le génie pour le monde! C'est l'action au service du savoir !

L'ÉTS affiche un positionnement unique dans le milieu universitaire québécois. Elle est «la plus pragmatique des écoles de génie au Québec» et désire mettre de l'avant cette caractéristique qui la distingue des autres écoles d'ingénierie. Cette unicité, qui rassemble fièrement toute sa communauté, doit transparaître dans son image de marque et demeurer omniprésente dans l'ensemble de ses communications.

L'ÉTS a une image qui lui est propre et ce document en est le guide d'utilisation. Ce dernier établit les fondations sur lesquelles nos départements et nos services s'appuieront pour communiquer les mêmes valeurs, de la même manière. Nous avons voulu que ces bases reflètent l'image de notre établissement : celle d'une école d'ingénierie où les plus grands talents en génie se rencontrent pour repenser, inventer et changer ce qui sera déterminant pour la société de demain.

## Image de marque

**La marque d'une entreprise est souvent son bien le plus précieux. Une marque est un nom et une image auquel ses publics attribuent une personnalité qui évoquent ses valeurs fondamentales.**

**Pour soigner son image, il faut de la rigueur, de l'agilité, une constance dans ses communications écrites et visuelles et des stratégies en constante évolution.**

## Le logo

Le logo est l'élément graphique qui permet aux consommateurs de reconnaître de façon immédiate une marque.

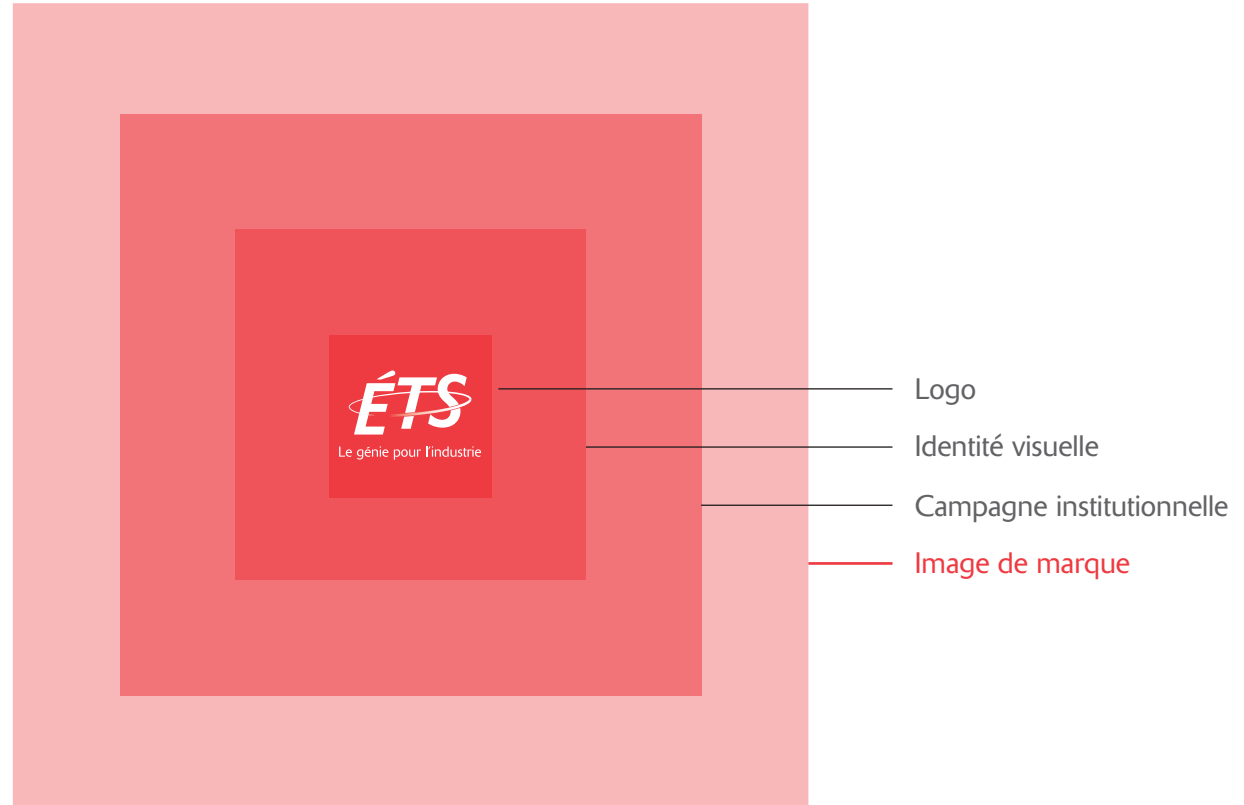
## L'identité visuelle

L'identité visuelle est un ensemble d'éléments visuels cohérents qui permettent d'identifier une même entité au travers les différents médias de communication.

## La campagne

Une campagne publicitaire se compose d'un ensemble cohérent d'actions publicitaires sur une période définie visant à promouvoir l'entreprise, un produit ou service.

La campagne est dotée d'un concept créatif qui est le thème fédérateur qui va capter l'intérêt du public. Celui-ci est utilisé dans tous les messages de campagnes, les appels à l'action et les outils de communication.



# Symbolique



## 1- LE BLOC LOGOTYPE

Ce bloc est composé du logo ÉTS et de sa devise centrés dans un carré.

### Considérations stylistiques

L'utilisation prépondérante et exclusive des lettres d'appel de l'établissement est la caractéristique principale du logotype. De plus, la devise - Le génie pour l'industrie - va de pair avec le logo, elle en est indissociable sauf pour quelques exceptions. Son positionnement centré est unique et sa dimension proportionnelle aux lettres ÉTS.

### La symbolique

Les lettres ÉTS cerclées d'une ellipse symbolisent les notions :

- d'attraction (capacité d'attrait et de rayonnement de l'établissement)
- de vision périphérique (ouverture multidirectionnelle sur le monde)
- de mouvement (dynamisme de l'École)

## 2- LE BLOC TEXTE

L'utilisation du nom complet de l'ÉTS ainsi que son lien d'appartenance au réseau de l'Université du Québec sont essentiels à la compréhension, sauf pour quelques exceptions. Le bloc texte doit toujours être positionné à droite du bloc logo dans une dimension proportionnelle.

# Usages et tailles minimales

## TAILLE MINIMALE

La taille minimale du logotype à respecter pour assurer une lisibilité optimale.



1"

ÉCOLE DE  
TECHNOLOGIE  
SUPÉRIEURE  
Université du Québec



1"



0.5"

## USAGES

Le meilleur format selon l'usage et le type de communication.

### Logotype Premium

Ce logotype doit être privilégié pour des pièces de grands formats ou publicitaires.

### Logotype d'appui

Ce logotype est utilisé exclusivement dans le cas où le public cible connaît très bien l'ÉTS (p. ex. dans les communications internes) ou pour certains formats de publicité numérique à espace restreint.

### Logotype d'exception

Ce logotype est utilisé exclusivement pour de petits objets promotionnels ou lorsque les formats de publicité numérique rendent illisible la devise « Le génie pour l'industrie ».

# Espace de protection

## Espacement à privilégier

La hauteur du « E » (représentée par les bandes grises) est la mesure à utiliser pour appliquer la zone de protection.

## Espacement d'exception

La hauteur correspondant à la moitié d'un « E » (représentée par les bandes grises) est la mesure à utiliser pour définir la zone de protection, particulièrement dans le cas de formats très petits (exemple : cartes de visite, publicités numériques, etc.).

## Espacement non respecté

La zone de protection désigne la zone minimale requise sur les côtés du logo. Cet espace, qui doit demeurer libre, isole le logo de tout autre élément, lui assurant une meilleure visibilité.





# Couleurs

Le logotype à utiliser est la version couleur. Toutefois, dans une application en noir et blanc, le logo doit apparaître en noir sur fond blanc ou en blanc sur fond noir. Il doit toujours y avoir un contraste suffisant avec l'arrière-plan. Dans un contexte où l'arrière-plan est une photographie, il importe que celle-ci soit libre de tout encombrement visuel afin que la lecture du logotype soit claire et que le contraste soit suffisant.

## VERSION COULEUR



## VERSION MONOCHROME



# Langues

Il existe une version en anglais et une version en espagnol auxquelles sont appliquées les mêmes normes graphiques. On ne traduit jamais le bloc texte, ni la désignation ÉTS, c'est-à-dire que le « É » conserve son accent. Toutefois, la devise est traduite dans les deux langues.



ÉCOLE DE  
TECHNOLOGIE  
SUPÉRIEURE

Université du Québec



ÉCOLE DE  
TECHNOLOGIE  
SUPÉRIEURE

Université du Québec



ÉCOLE DE  
TECHNOLOGIE  
SUPÉRIEURE

Université du Québec

# Couleurs principales

Pantone© 185C  
 CMYK : C0-M100-Y89-K0  
 RGB : R228-G0-B50  
 Web : #E40032

CMYK : C0-M0-Y0-K75  
 RGB : R100-G100-B100  
 Web : #666666

## UNIVERS GRAPHIQUE - PALETTE DE COULEURS PRINCIPALES ET SECONDAIRES

Les couleurs primaires de l'ÉTS sont les aspects les plus reconnaissables et distinctifs de l'image de marque.

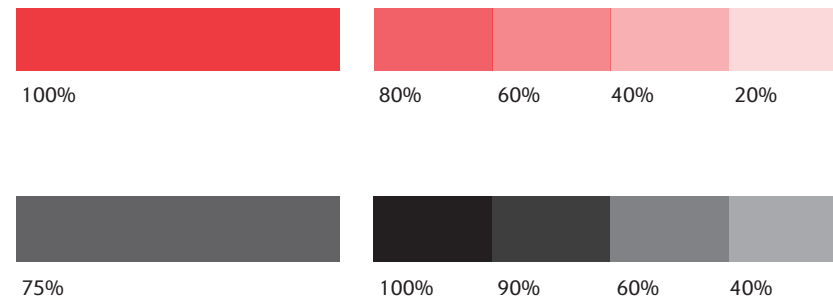
L'utilisation appropriée des couleurs est l'un des moyens les plus simples de s'assurer que tous les documents soient cohérents, uniformes et qu'ils aient un air de famille. La palette de couleurs de l'ÉTS comprend des couleurs primaires, secondaires et accents.

### COULEURS PRINCIPALES

Le rouge et le gris font partie intégrante de l'identité ÉTS, ces deux couleurs principales étant celles du logotype.

### COULEURS SECONDAIRES

Du rouge foncé au rouge clair, en passant par les variantes de gris, il est permis de faire varier la palette au gré des communications pour donner de la profondeur, faire ressortir certains éléments, créer une trame graphique, etc.



# Typographie principale

**POLICE PRINCIPALE**  
Delta light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ? & % \$ # " , .

**POLICE SECONDAIRE**  
Delta book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ? & % \$ # " , .

**POLICE ENGRAISSÉE**  
Delta medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ? & % \$ # " , .

La typographie utilisée pour le logo ÉTS est la police « Delta Jaeger ». Police officielle de l'ÉTS, elle offre dynamisme, lisibilité ainsi qu'un éventail polyvalent de caractères.

La suite Delta Jaeger est utilisée pour les titres de documents, d'articles et de publicités ou pour mettre du contenu en évidence.

(LA FAMILLE COMPLÈTE DE LA SUITE PEUT ÊTRE UTILISÉE)

# Typographie secondaire

---

**POLICE PRINCIPALE**  
Univers roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ?& % \$ # " , .

---

**POLICE SECONDAIRE**  
Univers light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ?& % \$ # " , .

---

**POLICE ENGRAISSÉE**  
Univers bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789«»; :! ?& % \$ # " , .**

Les suites « Univers » ou « Source sans pro » sont utilisées pour les textes de documents variés, d'articles ou de publicités. Les textes continus devraient être en lettres minuscules.

Ces polices offrent à la fois élégance, simplicité et comportent un éventail de caractères très polyvalent. Il est permis d'utiliser les familles entières, incluant les polices condensées.

# Typographie secondaire

(suite)

**POLICE PRINCIPALE**  
Source Sans Pro regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ? & % \$ # " , .

**POLICE SECONDAIRE**  
Source Sans Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ? & % \$ # " , .

**POLICE ENGRAISSÉE**  
Source Sans Pro bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789«»; :! ? & % \$ # " , .**

# Typographie numérique

Les typographies employées pour les sites Web sont les familles complètes de « Open sans » ou « Source sans pro » qui s'utilisent facilement en conception graphique. Ces polices proposent un rendu optimal aussi bien sur les interfaces écrans que sur des interfaces mobiles.

**POLICE PRINCIPALE**  
Open sans régulier

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ?& % \$ # " , .

**POLICE SECONDAIRE**  
Open sans semi bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ?& % \$ # " , .

**POLICE ENGRAISSÉE**  
Open sans bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ?& % \$ # " , .

# Typographie de remplacement pour microsoft

**POLICE PRINCIPALE**  
Arial régulier

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789«»; :! ? & % \$ # " , .

**POLICE SECONDAIRE**  
Arial bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789«»; :! ? & % \$ # " , .**

La typographie de remplacement disponible et lisible sur tous les supports est la police « Arial ». C'est la police universelle à utiliser pour les présentations PowerPoint, documents Word et autres.



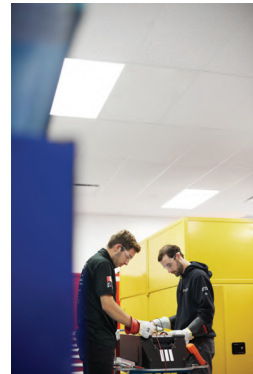
# Photographie

Favoriser les photos présentant des moments qui mettent l'accent sur des expériences authentiques dans des milieux et des contextes représentatifs de l'ÉTS.

Utiliser avec parcimonie une approche contemplative et éviter un style visuel exagérément léché.

Valoriser l'action et privilégier la démonstration du pragmatisme de l'École.

Avantager la lumière naturelle douce avec un éclairage légèrement contrasté (zone de lumière et zone d'ombre).



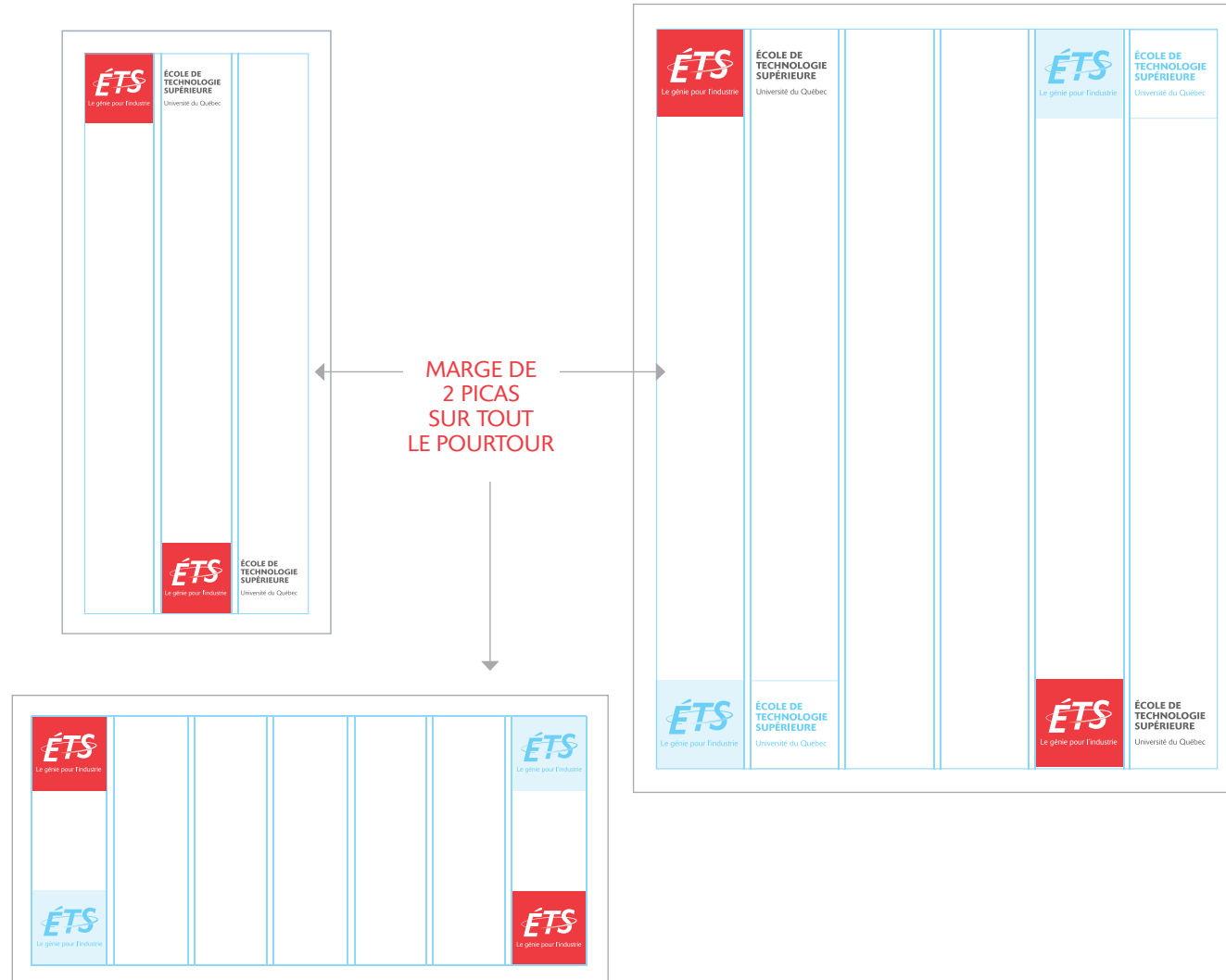
LA BANQUE D'IMAGES EST MISE À JOUR ANNUELLEMENT SOUS LES THÈMES SUIVANTS (DISPONIBLE SOUS L'INTRANET) :

- Campus et environnement
- Chaires et unités de recherche
- Clubs et regroupements étudiants
- Milieu de vie des employés
- Milieu industriel et stages
- Portraits
- Programmes d'études
- Vie étudiante

# Grille graphique

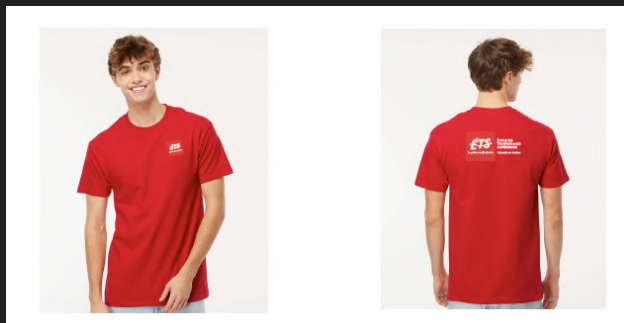
Le positionnement du logotype se conforme à une grille standardisée.

Le logotype est traditionnellement placé dans le coin gauche supérieur ou dans le coin droit inférieur (exemples en rouge ci-dessous). Il est également possible de le déplacer aux autres extrémités si le format convient mieux (exemples en bleu ci-dessous).



# Applications

# Chandails



La dimension du logo est de 2.5 pouces.

La hauteur entre le logo et la couture de l'épaule est de 7.5 pouces.



La dimension du logo (bloc logo) est de 8 pouces.

La hauteur entre le logo et la couture du collet est de 4 pouces

ART DETAILS / LABELS / TAGS					
Art:	Screen print	Colors:	185	Art:	Screen print
Type:	Spot colour	Pantone C	185	Type:	Spot colour
Width:	2" 1/2			Width:	8"
Height:	Proportional			Height:	Proportional
File name:	Front_Print_2,5x2,5.eps			File name:	Back_Print_8x4,23.eps
<b>A</b>				<b>B</b>	
Art:		Colors:		Art:	
Type:				Type:	
Width:				Width:	
Height:				Height:	
File name:				File name:	

**IMPRESSION :**

Pantone 185C

**PRODUIT :**

T-shirt, noir, rouge ou blanc

Body pattern: 01U-TSLS-B1  
Sleeve Pattern: 01U-TS-S1



# Papier en-tête institutionnel



La hauteur de trois « E » est la mesure de l'espace entre le logo et le texte.

## IMPRESSION :

2 couleurs pms, recto seulement, sans marges perdues.  
Pantone 185C et Noir

## PAPIER :

Domtar, Cougar super lissé, 160M texte

## TYPOGRAPHIE :

Le bloc adresse :  
Delta Jaeger 7/8,4 pt (noir 85%)

Contenu :  
Delta Jaeger ou Arial 9/12 pt (noir)

## LOGO :

Hauteur : 1 pouce

Fichiers sources disponibles (Indesign, pdf et word).

La hauteur du « E » est la mesure à utiliser pour appliquer la marge de mise en page.



Montréal, le 9 août 2022

Objet : Otae molo te plam dolute seceaqi ut adiamus magnatur reperion pro venia

Monsieur Digenim,

Otae molo te plam dolute seceaqi ut adiamus magnatur reperion pro venia con et quae pedioria consequodis magnatus ipus coreserimus aborit odiscid quam, quostrum que reribusam voluptatis ratur atis reic tenduntur, aut porum ate voloria non ra esto eum rehenia nia omnia conessin cum volecab in ente nonecto volupta voloes as magnam que duclibero explitas illenie ndigentia nimint et lit ius id maiorrumquas dolorio elenis viditin explaut esequo torpore rperorum dolore optatet vel molupta spererendam fugiatur, sus et lanistia sequis maio quiderum quam quiberi onsero experisquunt odia ne dolenestrum rerate ea quam dolupti andae.

Alita con ratum rehendae nonestrum as millab imuscid eraturioem. Nequidit ellecep elessequ atetur, sitas maio doluptae am raepas aliquam in estrum reptatem autat eossed ene nost, si cus, quo ipidit quisit, quam esto maiorro del il mintiae non rehenimus, odit landant. Del earcia invelit ibuscia adi coremamusci alitasperum rates-tiorum volupici tem illendandis velicem sinvelestrum est vitatus saperses perferi busapis desper chillique estis doluptatibus simin eosandus restio mos arum de cus minis molo earumqui debisti andebit inverrum idignat.

Natur? Alitatis ipsanis et quidero totatis simporpor sam rectias sit quibusdae prat im solorest, quam quiat que suntiandae. Itati alit la inum in natem ipsum apel in consenet, ea et ped quae. Ut mod estia voluptiusant omnihil ium quoditatem quidero voluptatem faccupitamus dition reperedent ent et earcient hit voluptatum quibus sin necae etur mintectemo to voluptatur rem fugiam quatquam illupta tureptia dolor molupta porerferite latus, simet illoria venes arionumquos eos accus as adio illaborum ut abo. Axim ab iduci conseque velibus anture, omnis volo iibus, te aut ut omnis excea pliti is dolor re, quam eum alicien iminit que reptatum voluptiorum quasit ipiciatem verum hario dendant plam acerchi illiquos recte es ea que exemam alis est, quia nonsedi cuptaquae quiae modi digenim faccus autet aut lam, que expliqi am, omnihicis et, alicitem sae magnis et most lam, ius quatiος natatque nihit quam endiendiandae con corest, omnis ent dolum ut eatur simet am sundand andiciet quibeat mos dolorenisi utatia volorum quam aut apita volorempe.

Non rerfero ma vit aut inci omnis es nosanitatut moluptis culparum hicaboria consequid et offic tem quo doluptate odia erectat fugitaque nobis issedipis et esequaeopro tem rae venim simint abores num illabo. Bus, seque qui beribusae vollaee stiscist, simus dolorum, culluptas modignatus.

Adi voloes sequam ipitas mossimus, voluptae nosae. Ut dolorem venecto bea excesequo ea doluptae a pellut veribus aut es ut quo blantota que peribus tionsed quia valorit assit es porepel ignatem et pro comnihiliqui sequam laborio.

Ucia quide num accus ute valoribusant apiditation porporum aut verum nullecta borrore doluptur mos quam experci dolor acidebis nonsecto eossunt et anis ella nonsed exerceretotat aut quiduntis dolores expedit, quia volorem voluptatur? Verum aliquunt quaerum, que consecero officaecusam qui voluptatur repre, sunt et volor

ÉCOLE DE  
TECHNOLOGIE  
SUPÉRIEURE  
Université du Québec

1100, rue Notre-Dame Ouest  
Montréal (Québec) H3C 1K3

514 396-8800  
etsm.ca

Titre  
Prénom, Nom, diplômes

Titre  
Prénom, Nom, diplômes

Aligner les titres avec l'adresse.

# Papier en-tête

Services et départements



La hauteur de trois « E » est la mesure de l'espace entre le logo et le texte.

## IMPRESSION :

2 couleurs pms, recto seulement, sans marges perdues.  
Pantone 185C et Noir

## PAPIER :

Domtar, Cougar super lissé, 160M texte

## TYPOGRAPHIE :

Le bloc adresse :  
Delta Jaeger 7/8,4 pt (noir 85%)

Contenu :  
Delta Jaeger ou Arial 9/12 pt (noir)

## LOGO :

Hauteur : 1 pouce

Fichiers sources disponibles (Indesign, pdf et word).

La hauteur du « E » est la mesure à utiliser pour appliquer la marge de mise en page.



Montréal, le 9 août 2022

Objet : Otae molo te plam dolute seceaqi ut adiamus magnatur reperion pro venia

Monsieur Digenim,

Otae molo te plam dolute seceaqi ut adiamus magnatur reperion pro venia con et quae pedioria consequodis magnatus ipus coreserimus aborit odiscid quam, quostrum que reribusam voluptatis ratur atis reic tenduntur, aut porum ate voloria non ra esto eum rehenia nia omnia conessin cum volecab in ente nonecto volupta voloes as magnam que ducilibero explitas illenie ndigentia nimint et lit ius id maiorrumquas dolorio elenis viditin explaut esequo torpore rperorum dolore optatet vel molupta spererendam fugiatur, sus et lanistia sequis maio quiderum quam quiberi onsero experisquunt odia ne dolenestrum rerate ea quam dolupti andae.

Alita con ratum rehendae nonestrum as millab imuscid eraturiore. Nequidit ellecep elessequ atetur, sitas maio doluptae am raepas aliquam in estrum reptatem autat eossed ene nost, si cus, quo ipidit quissit, quam esto maiorro del il mintiae non rehenimus, odit landant. Del earcia invelit ibuscia adi coremamusci alitasperum rates-tiorum volupici tem illendandis velicem sinvelestrum est vitatus saperses perferi busapis desper chillique estis doluptatibus simin eosandus restio mos arum de cus minis molo earumqui debisti andebit inverrum idignat.

Natur? Alitatis ipsanis et quidero totatis simporpor sam rectias sit quibusdae prat im solorest, quam quiat que suntiandae. Itati alit la inum in natem ipsum apel in consenet, ea et ped quae. Ut mod estia voluptusant omnihil ium quoditatem quidero voluptatem faccupitamus dition reperedent ent et earcient hit voluptatum quibus sin necae etur mintectemo to voluptatur rem fugiam quatquam illupta tureptia dolor molupta porerferite latus, simet illoria venes arionumquos eos accus as adio illaborum ut abo. Axim ab iduci conseque velibus anture, omnis volo iibus, te aut ut omnis excea pliti is dolor re, quam eum alicien iminit que reptatum voluptiorum quasit ipiciatem verum hario dendant plam acerchi illiquos recte es ea que exemam alis est, quia nonsedi cuptaquae quiae modi digenim faccus autet aut lam, que expliqi am, omnihicis et, alicitem sae magnis et most lam, ius quatiuos natatque nihit quam endipiendae con corest, omnis ent dolum ut eatur simet am sundand andiciet quibeat mos dolorenisi utatia volorum quam aut apita volorempe.

Non refero ma vit aut inci omnis es nosanitur moluptis culparum hicaboria consequid et offic tem quo doluptate odia erectat fugitaeque nobis issedipis et esequaeopro tem rae venim simint abores num illabo. Bus, seque qui beribusae vollaee stiscist, simus dolorum, culluptas modignatus.

Adi voloes sequam ipitas mossimus, voluptae nosae. Ut dolorem venecto bea excessequo ea doluptae a pellut veribus aut es ut quo blantota que peribus tionsed quia valorit assit es porepel ignatem et pro comnihiliqui sequam laborio.

Ucia quide num accus ute valoribusant apiditation porporum aut verum nullecta borrore doluptur mos quam experci dolor acidebis nonsecto eossunt et anis ella nonsed exerceretotat aut quiduntis dolores expedit, quia volorem voluptatur? Verum aliquant quaerum, que consecero officaecusam qui voluptatur repre, sunt et volor

ÉCOLE DE  
TECHNOLOGIE  
SUPÉRIEURE

Université du Québec

Service des ressources humaines  
1100, rue Notre-Dame Ouest  
Montréal (Québec) H3C 1K3

514 396-8800  
etsmtl.ca

Titre  
Prénom, Nom, diplômes

Titre  
Prénom, Nom, diplômes

Aligner les titres avec l'adresse.

# Enveloppe

institutionnel



La hauteur du « E » est la mesure à utiliser pour appliquer la marge de mise en page.

## IMPRESSION :

2 couleurs pms, recto seulement, sans marges perdues. Pantone 185C et Noir

## ENVELOPPE :

Domtar, Cougar offre plusieurs options d'enveloppes.

## TYPOGRAPHIE :

Le bloc adresse : Delta Jaeger 7/8,4 pt (noir 85%)

## LOGO :

Hauteur : 1 pouce

Fichier source disponible (indesign)

La hauteur de deux « E » est l'espace à appliquer entre le logo et le bloc adresse et ce bloc doit être aligner avec le mot «supérieure».





# Enveloppe

Services et départements



La hauteur du « E » est la mesure à utiliser pour appliquer la marge de mise en page.

## IMPRESSION :

2 couleurs pms, recto seulement, sans marges perdues. Pantone 185C et Noir

## ENVELOPPE :

Domtar, Cougar offre plusieurs options d'enveloppes.

## TYPOGRAPHIE :

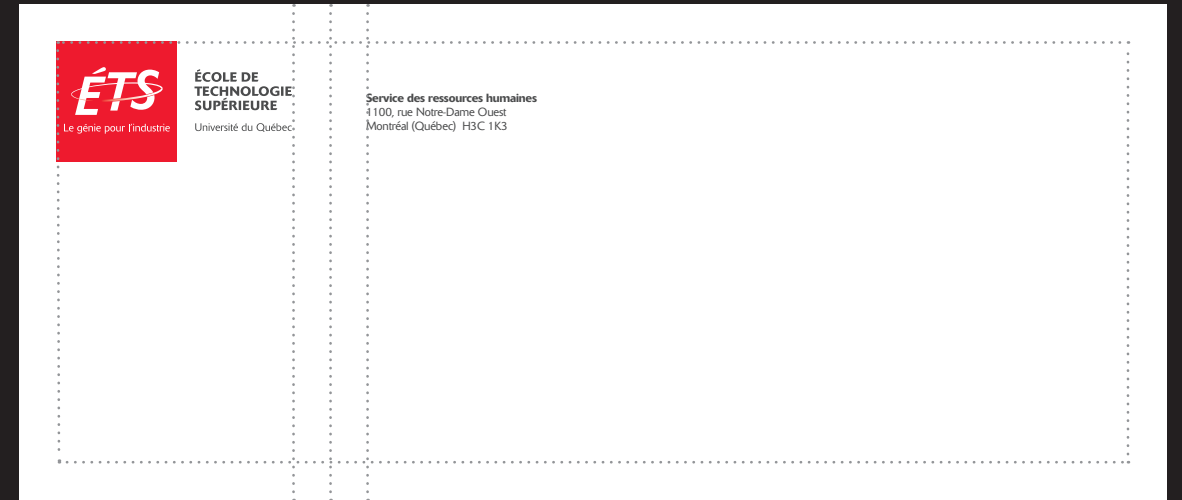
Le bloc adresse : Delta Jaeger 7/8,4 pt (noir 85%)

## LOGO :

Hauteur : 1 pouce

Fichier source disponible (indesign)

La hauteur de deux « E » est l'espace à appliquer entre le logo et le bloc adresse et ce bloc doit être aligner avec le mot «supérieure».



# Carte de visite



**FORMAT :**

3,5 pouces X 2 pouces

**IMPRESSION :**

2 couleurs pms, recto seulement, sans marges perdues. Pantone 185C et Noir

**PAPIER :**

Domtar, Cougar super lissé, 200M Couvert

**LOGO :**

Recto (bloc logo) : 1.25 pouces centré  
 Verso (bloc texte): 0,875 pouces (largeur)

**TYPOGRAPHIE**

(noir 85%) :

Nom : Delta light 10/11 pt  
 Diplôme : Delta light 6/7 pt  
 Texte : Delta light 7/8 pt



A : Marge : 0,1875 pouces  
 B : Largeur du bloc « École de technologie supérieure » : 0,875 pouces



Les objets promotionnels doivent se conformer à la Fiche-guide des produits promotionnels écoresponsables.  
<https://www.etsmtl.ca/docs/regie-des-evenements/fiches-ecoresponsables/Produits-promotionnels>

# Bouteille

**IMPRESSION :**

Pantone 185C

**PRODUIT :**

Bouteille Castaway en Tritan Clair  
#WB9613  
Dimensions : 2.75 po Diamètre x  
9.75 po H



# Support

**IMPRESSION :**

Pantone 185C

**PRODUIT :**

STAN, Phone stand - Support à téléphone

<https://designmontreal.com/code-souvenir/stan-support-a-telephone>



# Tasse

La dimension du logo est de 2.5 pouces.



**IMPRESSION :**

Pantone 185C

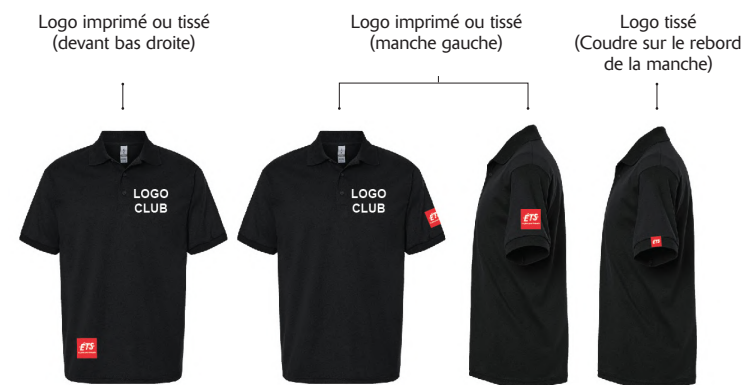
# Applications pour clubs et regroupements étudiants

# Chandails

## T-SHIRT



## POLO



## HOODIE



## CHEMISE



### LOGO TISSÉ OU IMPRIMÉ :

Pantone 185C

La dimension du logo est de 2 pouces.





# Chandails

## TUQUE

Logo tissé  
(Coudre sur le rebord)



## TUQUE

Logo tissé  
(Coudre sur le rebord)



## CASQUETTE

Logo tissé  
(Coudre sur le rebord)



## CHAPEAU

Logo tissé  
(Coudre sur le rebord)



### LOGO TISSÉ OU IMPRIMÉ :

Pantone 185C

La dimension du logo est de 1 pouce.



