

Une identité visuelle
évolutive plus riche
et plus vivante

Un enjeu social
déterminant

Pour plus d'informations
et de documents

Règles d'usage

Lorsque l'on parle d'identité visuelle, on ne se limite pas au logo, mais on intègre l'ensemble des signes visuels qui définissent l'environnement expressif de la marque (signalétique des sites, site internet, documents imprimés, etc.).

La nouvelle identité visuelle HESAV traduit un ensemble de notions qui qualifient et caractérisent la marque :

- les formes organiques qui se mêlent et se superposent évoquent la diversité des champs professionnels qui agissent ensemble, les rencontres, les relations et les échanges (entre les humains, les divers secteurs et professions de la santé, les savoirs, etc.). C'est une image dynamique et évolutive qui se diffuse et qui peut se décliner par un assemblage de formes qui se modifie et se réinvente à l'infini ;
- la typographie, par ses lettres en capitale, affirme le caractère institutionnel de la marque (solidité, pérennité, confiance en soi, etc.). Elle fait preuve d'une certaine autorité, mais elle est retravaillée pour bannir les angles tranchants et adoucir le caractère ;
- la couleur verte du logo de référence inspire la confiance, elle évoque la douceur et le naturel, confère à l'avenir une marque optimiste. Pour exprimer les secteurs (formation, recherche, expertise, relations internationales), les formes prennent des teintes différentes.

Cette identité visuelle dans son ensemble affirme un aspect et des utilisations très contemporains et permet à HESAV d'afficher un dynamisme qui tranche avec bien des institutions similaires. Elle participe à renforcer la reconnaissance de la Haute école et à développer un langage plus apte à attirer les jeunes comme à inspirer les acteurs de professions en perpétuelle évolution.

Toute école dépend aussi des étudiants qu'elle est à même d'attirer. Dès lors, elle participe directement à l'image des professions qu'elle enseigne et qu'elle représente. Il y a là un enjeu clair : donner une image positive et vivante de ces professions.

HESAV veut mettre en valeur l'intérêt légitime et actuel que suscitent les professions de la santé :

- un enrichissement intellectuel et humain ;
- une diversité des métiers ;
- des collaborations interprofessionnelles transversales générant des contacts stimulants ;
- des conditions de travail améliorées ;
- des métiers contemporains offrant de réelles perspectives d'avenir riches et variées ;
- etc.

En dynamisant son identité, HESAV souhaite donc également refléter mieux et de manière plus contemporaine la réalité de ces professions afin d'attirer des jeunes très motivés et possédant des potentiels répondant à de hautes exigences. Il ne s'agit donc pas d'une simple question d'image mais bien d'une vision de notre système de santé et plus largement de la société.

Les documents de la nouvelle identité HESAV peuvent être téléchargés depuis le lien suivant : www.hesav.ch/presse
Pour toute autre information, merci de contacter Mme Mireille Clerc, directrice, au 021 316 80 18 ou à l'adresse e-mail : communication@hesav.ch

Concernant la nouvelle appellation HESAV, Haute Ecole de Santé Vaud, nous vous sommes reconnaissants de bien vouloir appliquer la règle d'usage suivante : dans un texte, on écrira soit HESAV, Haute Ecole de Santé Vaud, soit la Haute Ecole de Santé Vaud, soit simplement l'acronyme HESAV (ayant le statut de marque, l'acronyme HESAV ne sera jamais précédé d'un article).

DOSSIER DE PRESSE



La HECVSanté devient HESAV

Un réel enjeu

Une Haute école est avant tout un lieu de formation qui accueille des étudiants et qui leur garantit l'acquisition de connaissances professionnelles (théoriques et pratiques) de très haut niveau et dans les meilleures conditions possibles. Elle participe également, en tant qu'institution, au rayonnement des professions qui y sont enseignées, d'un système de formation (HES) et d'un canton, aussi bien en Suisse qu'à l'étranger.

Le positionnement d'une Haute école dépend d'un ensemble de facteurs qu'il convient de mettre en relief:

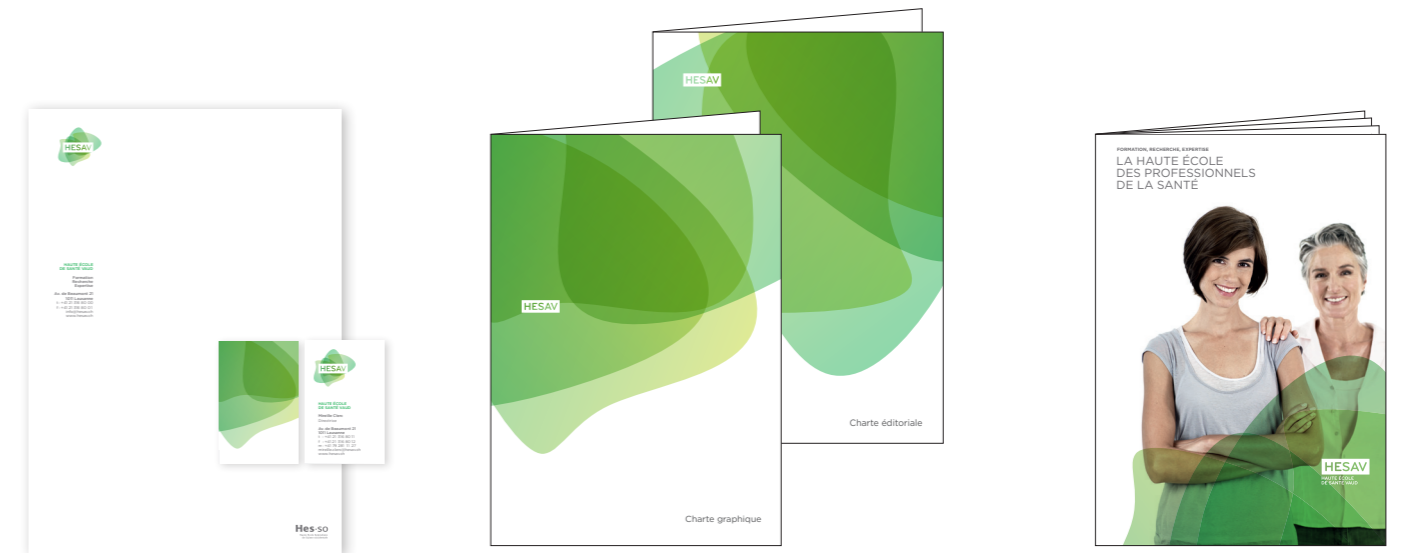
- la reconnaissance de la qualité de son enseignement, aussi bien de base que postgrade, tant en termes de pédagogie que de connaissances professionnelles;
- la valeur de ses travaux de recherche;
- la valeur de ses conseils et de ses expertises;
- la qualité des liens et des échanges qu'elle nourrit avec les professionnels de la branche comme avec les centres de formation et les universités dans le monde entier;
- la notoriété dont elle jouit parmi les futurs étudiants, le monde professionnel, les autorités politiques et l'ensemble des acteurs de la société.

Une Haute école est une marque de services qui, bien qu'elle ne poursuive pas d'objectifs commerciaux particuliers, se doit d'affirmer son existence et de mettre en valeur ses compétences, ses services et sa contribution à la société. De même, en tant que telle, il lui faut susciter et nourrir l'adhésion de son personnel administratif et enseignant comme de ses étudiants, à un même projet et à une même vision.

L'enjeu n'est de loin pas négligeable lorsque l'on sait que les Hautes écoles devront de plus en plus assurer une partie de leur développement par des partenariats et des projets d'envergure qui nécessitent une forte notoriété et une large reconnaissance. Dès lors, ces aspects liés à la communication deviennent des enjeux stratégiques majeurs.

De l'atout des filières à la mise en valeur des services et des compétences

Issue de la fusion de plusieurs écoles, HESAV propose une des offres de filières la plus étendue des Hautes écoles de santé romandes (Soins infirmiers / Sage-femme / Physiothérapie / Technique en radiologie médicale). Si cet avantage essentiel distingue HESAV dans le champ de la formation en matière de santé, la Haute Ecole de Santé Vaud souhaitait également mieux mettre en valeur ses services et ses compétences qui, au-delà de la formation de base et postgrade, s'expriment dans les domaines de la recherche, de l'expertise et des relations internationales.



>moser

>moser est une agence spécialisée dans l'identité de marque et le design global. Elle a notamment réalisé les identités globales de la Haute Ecole de Musique et du Conservatoire de Lausanne, de la skieuse Lara Gut et du meeting Athletissima.

www.moserdesign.ch