

# Nouvelle image de marque de la Ville de Laval

Identité visuelle



## Contexte

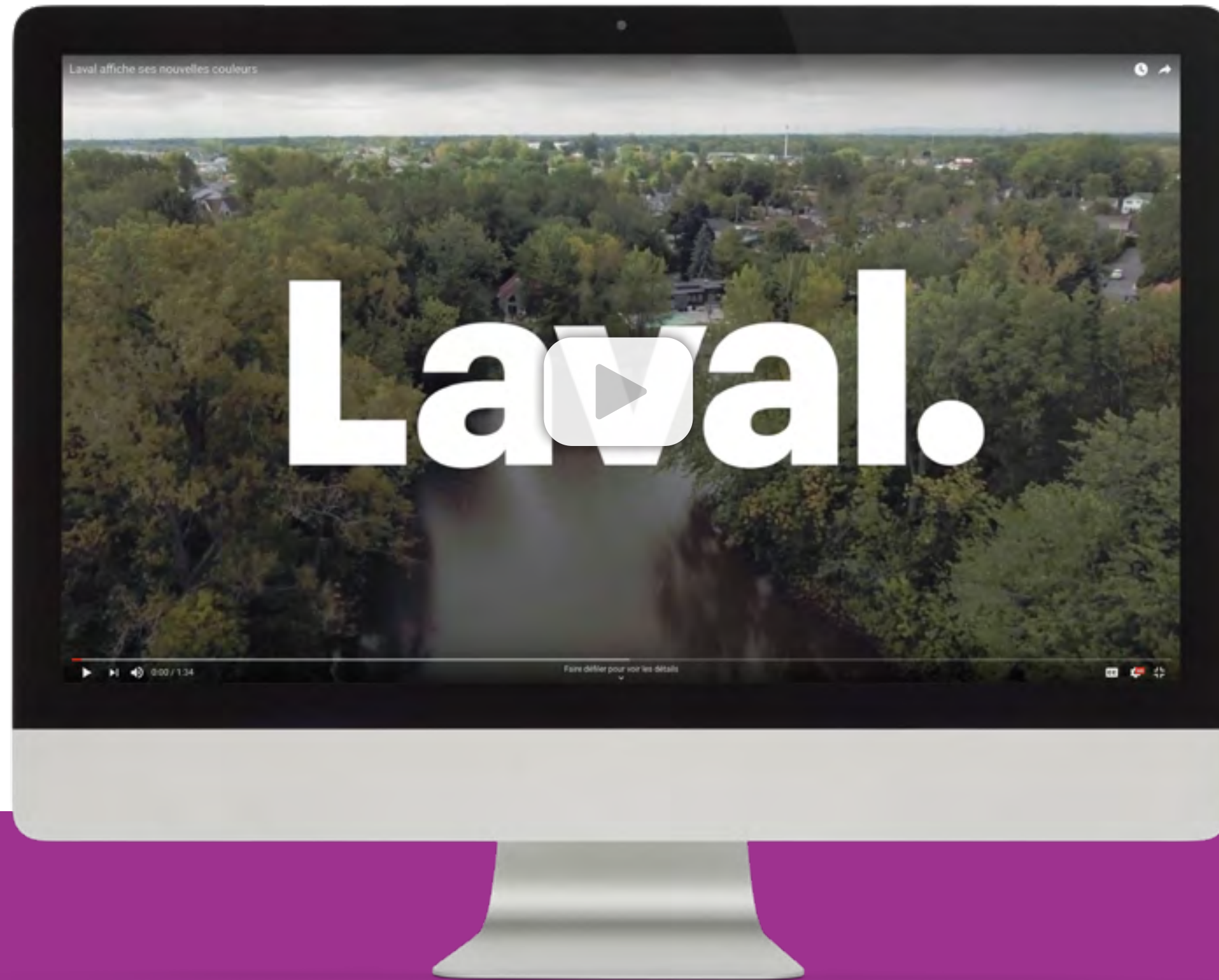
Laval se transforme. Laval évolue. Elle se renouvelle aussi et offre maintenant une panoplie de choix qui n'existaient pas encore jusqu'à tout récemment. D'abord, la diversité des cultures, mais aussi des choix de vie. La diversité des plaisirs, des attractions et des commerces. La diversité des possibilités aussi, tant pour les jeunes et les travailleurs que pour les investisseurs.

Dans le monde d'aujourd'hui, les villes sont appelées à jouer un rôle de plus en plus important. Elles influencent le rythme de l'économie, des tendances, et même des humeurs de leur région. Par conséquent, il est primordial qu'une ville sache séduire ses résidents actuels et potentiels. Parce que si les gens s'identifient de plus en plus à leur ville, les villes, en retour, forgent leur personnalité et caractérisent le monde qui y vivent, travaillent, étudient, etc.

C'est pourquoi à l'automne 2019, à la suite d'une démarche de réflexion stratégique entreprise en 2016 visant à revoir le positionnement de sa marque, la Ville de Laval a déployé sa nouvelle image de marque afin de démontrer que Laval évolue et qu'elle assume son rôle en tant que 3<sup>e</sup> plus grande ville du Québec. La campagne de promotion qui l'accompagnait avait pour objectif, entre autre, de positionner la ville, son centre-ville et son territoire auprès de l'ensemble des cibles identifiées.

Ainsi, l'idée première était de proposer une identité qui correspond mieux aux valeurs et aux objectifs de développement exprimés par les citoyens, par les élus et par les employés et partenaires de la Ville dans le cadre de la démarche de planification stratégique qui a abouti à l'adoption de la vision stratégique *Urbaine de nature - Laval 2035*.

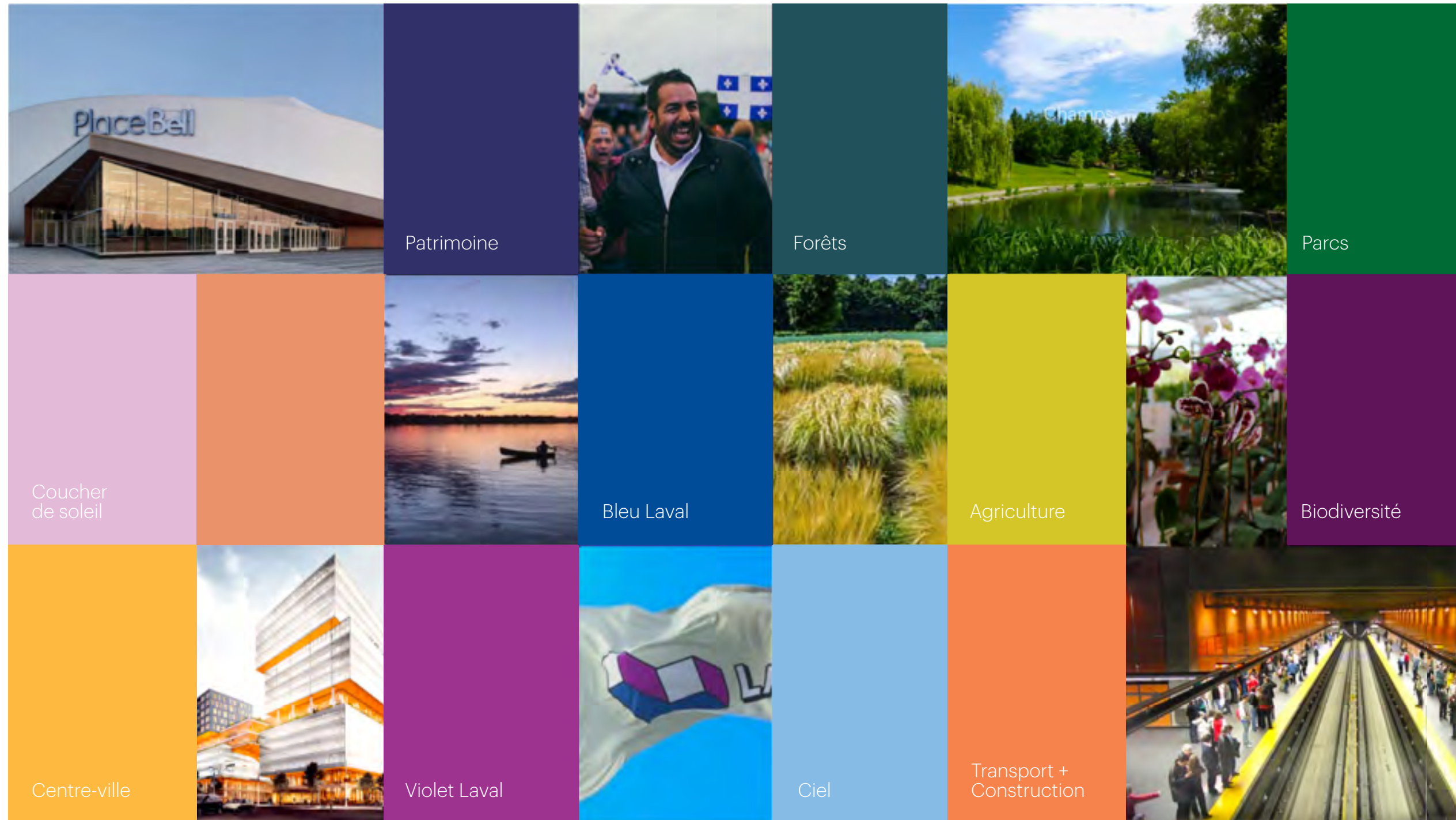
## Vidéo de lancement



[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=2&v=\\_x4O6A2uFnw](https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=_x4O6A2uFnw)

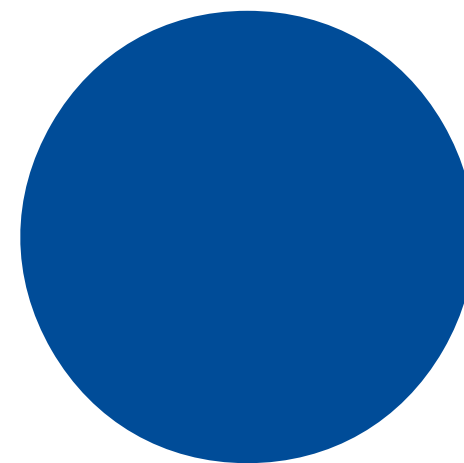
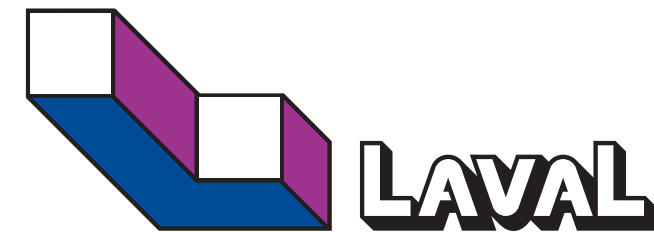
# Approche de création - Couleurs

Des couleurs diverses, ancrées dans ce que Laval a à offrir

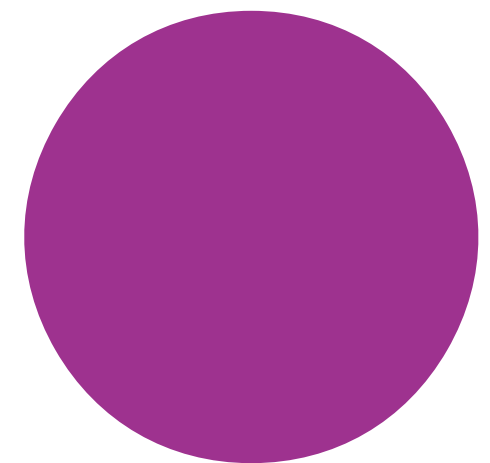


## Approche de création - Couleurs

Les deux couleurs du logo actuel de Laval deviennent alors notre point de départ. Elles seront l'ancrage solide qui nous permettra d'enraciner la plateforme dans l'identité existante de Laval et de renforcer l'attribution à la marque.



**Urbain**



**Nature**

## Approche de création - Couleurs

À partir du bleu et du mauve du logo actuel, la plateforme comptera un total de 6 duos de couleurs uniques à Laval, soit:

- 6 couleurs «urbaines»
- 6 couleurs «nature»



Urbain



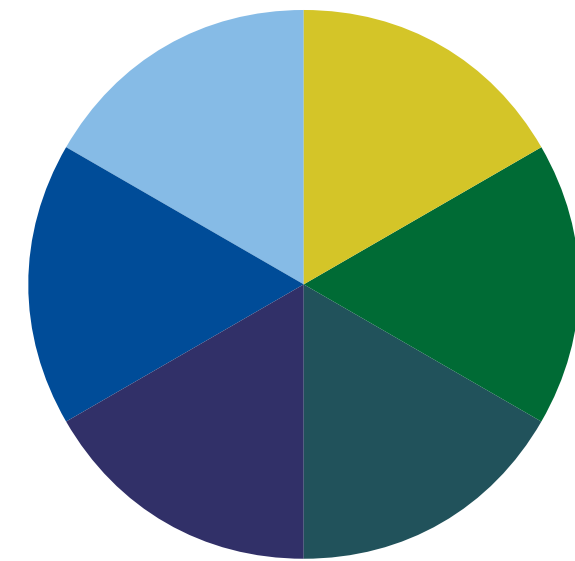
Nature

## Approche de création - Couleurs

Alors que les duos de couleurs expriment la dualité de la vision « Urbaine de nature », la diversité des duos, elle, illustre la diversité de ce que Laval a à offrir.



Urbain

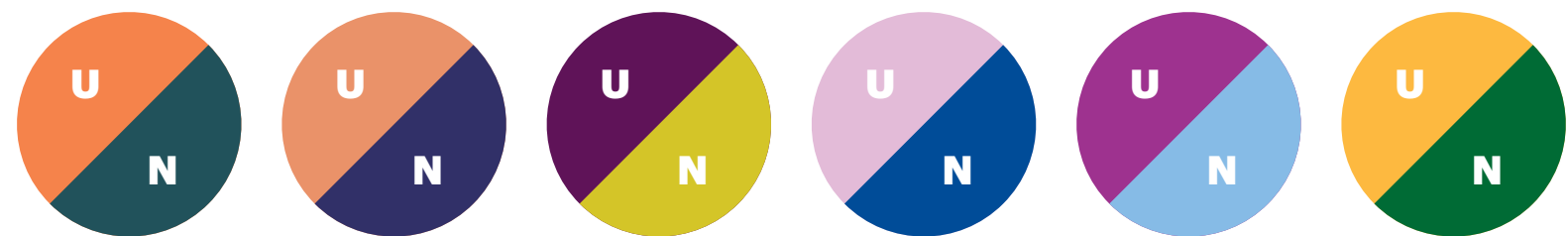


Nature

### Les duos urbain de nature

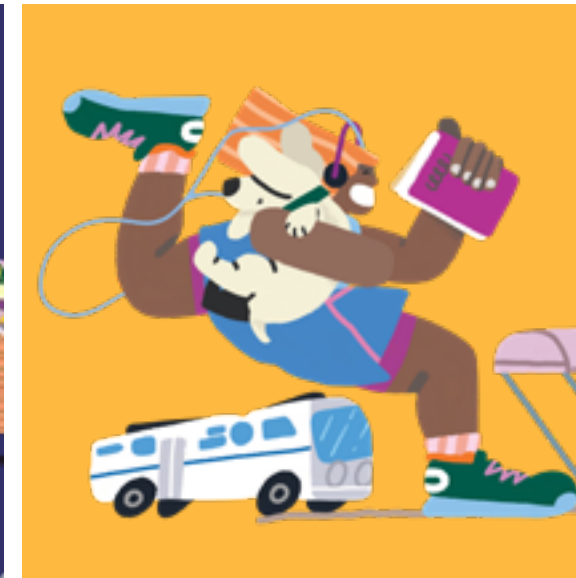
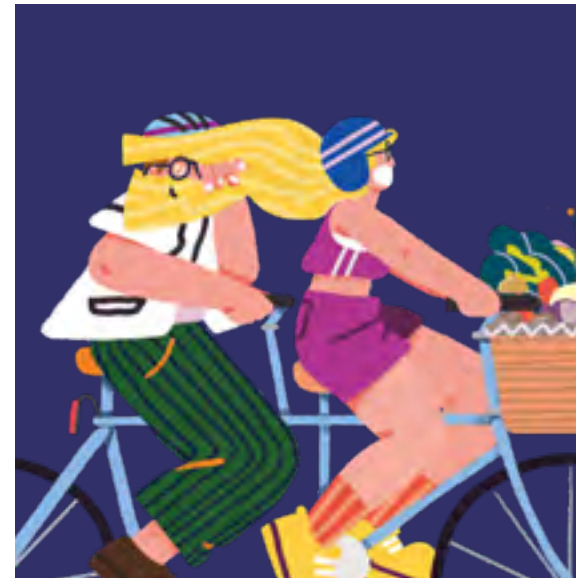
---

Cette structure permet de nous assurer de conserver une cohésion et une logique à travers chacune des pièces de communication, contribuant à créer une marque forte de sa diversité.



## Utilisation de l'illustration

- Permet de se démarquer et de camper l'idée derrière «Laval. Un île d'exceptions»
- Permet de représenter visuellement des concepts abstraits
- Offre une belle fraîcheur
- Est sympathique / près des gens et elle est inclusive: tout le monde s'y reconnaîtra.





## Signature

# Laval. Une île d'exceptions.

Une île d'exceptions, au pluriel, est une autre façon d'exprimer l'idée de la diversité de la plateforme. Ainsi, chaque exécution devient l'occasion de rappeler / prouver que Laval regorge de particularités, d'une saveur unique ou de faits inusités qui la rendent distincte.

Il y a aussi, dans cette signature, une fierté assumée qui contribuera très certainement au sentiment d'appartenance, tant à l'interne que chez les citoyens.

Puis, 'Une île d'exceptions' forcera toujours une prise de décision plus audacieuse, qui différenciera Laval des autres villes.

## La personnalité de la marque

### Rassembleuse

La Ville de Laval parle au « nous ». Elle rassemble les différences, unit et mobilise les gens. Elle est le point en commun derrière lequel tout le monde se rallie.

### Franche

Transparente aussi. Et vraie. Elle n'a rien à cacher, rien à envier. Elle est fière de ce qu'elle est, et s'exprime sans détour, sans artifices, de façon honnête et directe.

### Ouverte

Ouverte aux possibilités. Ouverte sur le monde, sur sa pluralité. Ouverte à la discussion, aux propositions. Ouverte à l'évolution, aux technologies, mais toujours en respect de la nature. Ouverte sur demain.

### Ambitieuse

La Ville de Laval est en mode action. Elle fonce, elle entreprend. Elle se donne les moyens de ses ambitions. Son dynamisme attire; ses actions motivent. Elle inspire l'optimisme.

# Boîte à outils

## Logo de la ville

---



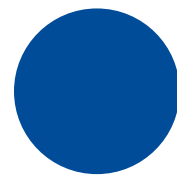
Couleurs CMYK



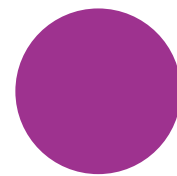
Noir et blanc

## Couleurs du logo

---



Pantone 2728 C



Pantone 247 C

## Signature de marque

---

**Laval. Une île d'exceptions.**

Horizontal

**Laval. Une île  
d'exceptions.**

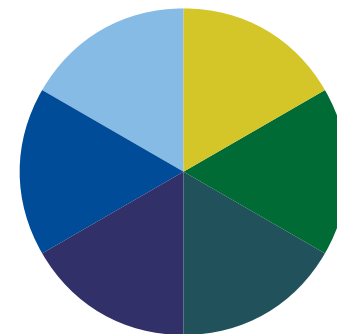
Vertical

## Duos de couleurs

---



Urbain



Nature

## Typographie

---

**AaBbCcDdEeFfGgHh  
IiJjKkLlMmNnOoPp  
QqRrSsTtUu  
VvWwXxYyZz  
0123456789**

Graphik Black

**AaBbCcDdEeFfGgHh  
IiJjKkLlMmNnOoPp  
QqRrSsTtUu  
VvWwXxYyZz  
0123456789**

Graphik Medium