

### Contexte

Pour renforcer sa position de référence dans le domaine santé des hautes écoles de Suisse romande, la HECVSanté entreprend, début 2010 avec l'appui de >moser, un travail en profondeur visant à rendre plus claire et plus signifiante son identité de marque.

Issue de la fusion de plusieurs écoles, la HECVSanté propose une des offres les plus étendues en Suisse romande avec quatre filières :

- Soins infirmiers ;
- Sage-femme ;
- Technique en radiologie médicale ;
- Physiothérapie.

Mais si cet avantage essentiel la distingue dans le domaine de la santé, la haute école souhaite cependant mieux mettre en valeur ses services et ses compétences qui, au-delà de la formation de base et postgrade, s'expriment aussi dans les domaines de la recherche, de l'expertise et des relations internationales.



**Mandat**

Définir les fondamentaux, l'architecture et la stratégie de marque, réaliser une identité visuelle et verbale.

**Démarche de l'agence**

L'évolution du nom de la marque HECVSanté vers HESAV facilite la mémorisation de la marque tant en Suisse qu'à l'étranger.

Les formes organiques qui représentent l'identité de HESAV, et qui se déplacent d'un support à l'autre, participent à transmettre de HESAV l'image d'une haute école en mouvement, où se mêlent de multiples compétences et qui se réinvente constamment.

Pour la marque générique, le vert est retenu pour évoquer la confiance et l'optimisme, la douceur et le naturel. Dans le même temps, plusieurs couleurs secondaires sont développées afin de donner une teinte propre à chacun des secteurs d'activités de HESAV.



**Mandat**

Développer un concept de communication visuel, réaliser les principaux supports institutionnels de la marque.

**Démarche de l'agence**

Dans un environnement doux, simple et apaisant, la communication HESAV traduit les idées de proximité et de partage qui guident ses actions.

La présence de personnes d'âges et/ou de sexes différents permet de jouer sur les qualités de transmission du savoir (entre professeurs et élèves), d'accompagnement (entre professionnels et patients) et de collaboration (entre les secteurs de la formation et de la recherche, par exemple).

L'ensemble exprime une vision contemporaine et valorisante de la haute école qui refuse les clichés généralement associés aux domaines médicaux.

