

Un peu d'histoire

GR international, c'est avant tout l'histoire d'Eric Pichette, un passionné d'entrepreneuriat qui mijote mille et un projets depuis la tendre enfance.

En 2010, il constate une opportunité dans le marché du réseautage d'affaires. À l'époque, les formules de réseautage existantes sont rigides et démodées, manquent de convivialité et s'adressent à un club sélect où les plus petits peinent à trouver leur place. Or, les affaires se construisent sur la base de bonnes relations et l'entreprise alors connue sous le nom de Groupe Reso international Corp vise juste en se positionnant comme LE groupe de réseautage d'affaires, autant pour les travailleurs autonomes que les dirigeants de petites, moyennes et grandes entreprises.

Eric investit tout son temps et son énergie dans l'entreprise et met rapidement sur pied une équipe afin de l'appuyer. L'entreprise connaît une croissance fulgurante, au Québec d'abord et à l'international ensuite, allant jusqu'à ouvrir de nouveaux groupes à tous les jours, que ce soit au Canada, aux États-Unis, en Europe et même en Afrique.

Or, la vie a parfois le don de nous rappeler à l'ordre. À la suite de problèmes de santé, Eric Pichette choisi de vendre l'entreprise pour ralentir la cadence et se concentrer sur de nouveaux projets, tout en demeurant actif au sein du réseau et en demeurant consultant pour l'entreprise.

Quelques années passent et il devient apparent que le réseautage d'affaires tel qu'on le connaît est à un point tournant. Toute entreprise qui se respecte doit savoir se réinventer et en grand idéateur qu'il est, Eric se met à réimaginer l'entreprise qu'il a fondé, motivé par sa passion et son désir d'aider les entrepreneurs à aller toujours plus loin. Avec une équipe du tonnerre derrière lui, il rachète ses parts et fonde GR international en 2019, avec pour vision de devenir le leader mondial en réseautage d'affaires.

Aujourd'hui plus que jamais, la grande famille de GR international offre ce qu'il y a de mieux à ses membres, c'est-à-dire un réseau d'affaires humain, moderne, pertinent, convivial ET efficace, tout en demeurant fidèle aux valeurs les plus profondes de son fondateur et de son équipe de professionnels intègres et engagés.

Janvier 2021

01.1

LOGO OFFICIEL

Marque mère

Dans le but de définir une identité de marque corporative complète, nous avons retravaillé le système logo afin de lui conférer authenticité, expertise et détermination, et qu'il puisse s'adapter à tous les contextes d'affaires et points de contact de GR International.

Notre logo est le point de mire de notre identité d'entreprise. Il en est l'ambassadeur dans toutes ses communications.

Signification des lettres

FR: G = Groupe R = Réseautage

EN: G = Great R = Results

Groupe de Réseautage international Great Results international



Dans le G représente une flèche discrète

- Recommandations
- Référencement
- Reset. le renouveau. l'innovation
- Le changement que l'entreprise se donne en 2021

La forme du G représente également la terre

• Du local au global, d'une région à l'autre et d'un pays à l'autre





La flèche entre les 2 lettres représente

- L'accélération
- L'obtention de résultats
- La croissance rapide des entreprises membres
- · L'augmentation significations des revenues
- · La croissance de l'entreprise



Le D dans la lettre R

• L'arrivée de Danny dans les changements de l'entreprise et d'un précieux partenaire.

Alignement et zone de protection

Les proportions du logo ont été ajustées pour renforcer l'impact de l'icône et des lettres GR. Le descriptif « international » est écrit avec la police de caractères Century Gothic Bold.

Pour bien faire ressortir le logo et en maximiser l'impact, il faut laisser suffisamment d'espace libre tout autour. Aucun texte, dessin, image ou autre ne peut apparaître dans cet espace. L'espace minimal libre à respecter est défini par rapport au logo, soit la hauteur de la lettre e minuscule dans sa police restrictive, Century Gothic Bold.

L'espace est le même pour les logos avec et sans descriptif. Sans descriptif, le logo ne peut être plus petit que 1 po en largeur pour demeurer lisible tandis qu'avec un descriptif, la taille minimale est de 1 po en hauteur. Lorsque vous utilisez une version miniature, nous déconseillons l'usage de texture dans le lettrage, ceci pourrait nuire à la lisibilité.



Version en blanc, noir et métallique

La version noire ne devrait être utilisée que lorsque la technique d'impression ne permet pas de mettre le logo en couleur ou lors de l'utilisation sur une plateforme numérique.

La version blanche est utilisée sur les fonds complexes et les fonds foncés.

La version métallique est utilisée pour le numérique dans des présentations corporatives, sur le site de l'entreprise et pour les réseaux sociaux.







Autres variantes

Autre version du logo avec le descriptif Réseautage d'affaires.





GR international Researchage d'affaires

Couleurs de marque

Les recettes de couleurs pour tous les contextes d'application. Il faut toujours prioriser l'utilisation des couleurs PMS lorsque la méthode d'impression le permet.

Le noir représente :

- Le luxe
- Le professionnalisme
- L'expertise
- Le haut-de-gamme
- Le prestige

Le rouge représente:

Couleur chaude, énergie, force, détermination, passion pour l'entreprise, succès des gens, l'amour, le succès et la jeunesse (la fougue, l'innovation), l'engagement.

Le blanc représente:

- L'uniformité
- L'équité
- L'intégrité
- · La transparence

Utilisation matériel imprimé. Attention certaines couleurs sont utilisées en texture pour un look plus réaliste.

ROUGE	<u>NOIR</u>	ARGENT	<u>BRONZE</u>
C 20	C 30	C 18	С
M 100	M 30	M 13	M
Y 100	Y 40	Y 14	Υ
K 13	K 100	K 0	K
200			D140
<u>PMS</u>		<u>PMS</u>	<u>PMS</u>
2350 C		10101 C	10356 C

Utilisation matériel numérique

<u>ROUGE</u>	<u>NOIR</u>	<u>ARGENT</u>	<u>BRONZE</u>
R 178	R 19	R 215	R 152
G 25	G 17	G 216	G 116
В 23	B 9	B 215	B 67

Utilisation incorrectes

Règles générales pour l'utilisation du logo.



Ne pas tourner le logo

02



Ne pas ajouter d'effet au logo

03



Ne pas changer les proportions du logo

04

01



Ne pas changer la forme des lettres

05



Ne pas étirer ou aplatir le logo

06



Ne pas déplacer les lettres du logo

07



Ne pas mettre en contour le logo

80



Ne pas ajouter de descriptif au logo

09



Ne pas mettre de fond illisible au logo

Polices de caractères

La police de caractères Century Gothic Bold est la police officielle de GR International et doit être utilisée pour tous les documents et publications de l'entreprise.

La police Roustel Regular est utilisée lorsque le logo avec descriptif Réseautage d'affaires est choisi.

Century Gothic Bold

ABCDEF GHIJKLM NOPQRS TUVWXYZ abcdef ghijklm nopqrs tuvwxyz

Roustel Regular