

Maxime Paris MMI 3A

Charte graphique de l'Université de Franche-Comté

UNIVERSITÉ
FRANCHE-COMTÉ

01

Introduction

Introduction

Présentation de l'université.....	5
Objectifs et portée de la charte graphique	6
Importance de l'identité visuelle polymorphe pour l'université	7

Concept et sujet de l'identité visuelle

Définition du concept central	9
Explication du sujet et de son lien avec l'université	10
Références et inspirations pour la conception.....	11

Fondamentaux de l'identité visuelle

Logo de l'université	13
Palette de couleurs	14
Typographie et polices	15
Utilisation du logo et des éléments d'identification	16
Éléments visuels complémentaires.....	17

Application de l'identité visuelle

Usage sur supports imprimés	19
Utilisation sur supports numérique.....	20
Application sur des objets physiques	21
Directives pour la photographie	22

Système graphique et flexibilité

Création d'un système graphique adaptable	24
Flexibilité pour différents supports et formats	25
Applications spécifiques à des contextes variés.....	26

Normes et guides d'application

Guideline pour la conception de supports visuels	30
--	----

Processus d'évolution et de feedback

Processus pour les mises à jour de la charte graphique	32
--	----

Conclusion

Récapitulatif des principaux points de la charte graphique.....	34
---	----

L'Université de Franche-Comté, regroupe près de **30 000 étudiants** répartis dans cinq villes.

Elle se compose de **six Unités** de Formation de Recherche (UFR) couvrant divers domaines tels que les sciences, les langues, le droit, l'économie, la santé et le sport.

Cette année, l'université fête ses **600 ans**, ce qui fait d'elle l'université la plus ancienne de France.

01

Introduction

Objectifs et portée de la charte graphique

La refonte de l'identité de franche-comté vise à **simplifier**, **moderniser** et **garantir** la cohérence sur tous les supports de communication, renforçant ainsi la notoriété et la visibilité de l'établissement.

L'objectif est de rassembler la communauté **universitaire** autour d'une identité **harmonisée**, tout en permettant des adaptations spécifiques aux composantes et laboratoires au fil du temps.

L'enjeu principal réside dans la **lisibilité institutionnelle**, visant à rendre l'identité aussi durable que possible.

Comme énoncé auparavant, l'Université de franche-comté comporte de **multiples départements** dans différents endroits. Il est donc important d'avoir une certaine **harmonisation** et d'une certaine cohérence.

C'est pour cela qu'il est **indispensable** d'instaurer une identité polymorphe pour l'université, c'est-à-dire une identité qui peut se décliner par le biais de **certaines règles prédéfinies** pour créer une harmonisation entre tous les logos.

02

**Concept et sujet de
l'identité visuelle**

02

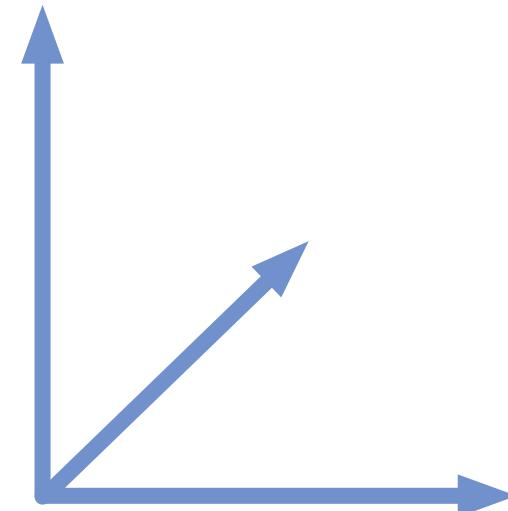
Concept et sujet de l'identité visuelle

Définition du concept central

La refonte de l'identité de l'université nécessite d'exprimer un **concept central** qui sera au cœur des déclinaisons et des autres identités **polymorphes**.

Le concept de l'identité est d'ouvrir l'université dans une **nouvelle dimension**. Pour cela, l'identité prendra forme sur une 3ème dimension.

En effet, ceci montre que l'université se **modernise** et s'ouvre dans les temps d'aujourd'hui. Mais par contrainte pour les **supports de communication**, le logo est pensé en 3D, mais est inscrit en 2D sans enlever ce **concept central** à l'identité.



02

Concept et sujet de l'identité visuelle

Explication du sujet et de son lien avec l'université

L'université existe depuis plus de **600 ans** aujourd'hui, elle comporte donc une certaine histoire qu'il faut mettre en avant. De plus, elle possède de nombreuses structures, ce qui renforce la **notoriété** et la **force** de l'université.

Nous nous basons sur plusieurs valeurs lors de la refonte de l'identité :

- **I'héritage** : l'université possède une certaine histoire que nous avons jugée utile de mettre en avant
- **Solidité / Solidarité** ; la communication entre les différentes structures doit se ressentir lors de la refonte
- **Excellence académique** ; il est important pour l'université d'avoir une identité forte et reconnaissable à travers le temps et le monde.

02

Concept et sujet de l'identité visuelle

Références et inspirations pour la conception

Je me suis inspirée de beaucoup d'artistes qui travaillaient ce concept en profondeur comme nous pouvons le voir sur ces images à droite.

Ces artistes utilisent la même technique, c'est-à-dire de définir des points de fuites et des lignes de perspectives pour y intégrer de la typographie et des éléments graphiques.



03



Fondamentaux de l'identité visuelle

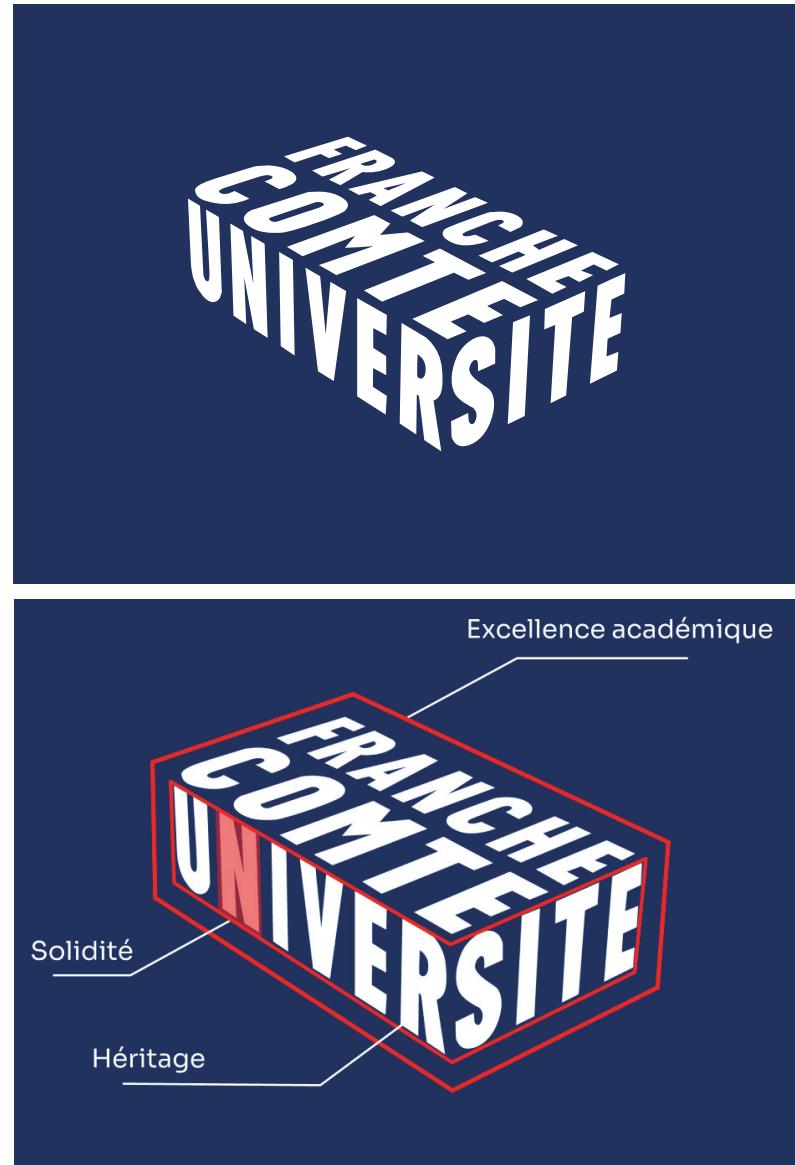
03

Fondamentaux de l'identité visuelle

Logo de l'université

Il s'agit donc d'un logo typographique en trois dimensions qui représente parfaitement les valeurs de l'Université.

Le logo met en avant son **héritage** avec le mot «université» à la **base** du logo 3D. La **solidité** est également symbolisée par le fait que le logo est assemblé sous forme de **bloc**, tandis que l'**excellence académique** est reflétée par le raccourcissement du **nom**, passant de «Université **de** Franche-Comté» à «université Franche-Comté».



03

Fondamentaux de l'identité visuelle

Palette de couleurs

Une palette principalement centrée sur le bleu qui représente la confiance et l'éducation.

C'est pour cela qu'il y aura plusieurs nuances de bleu avec du noir et blanc pour amener ce côté sobre et épuré.

Une couleur tonique (rouge), opposée au bleu, a été choisie pour créer un contraste et attirer l'œil sur certains points importants.

Bleu foncé

R : 0
G : 41
B : 102

C : 100
M : 60
J : 0
N : 60

Bleu moyen

R : 0
G : 61
B : 163

C : 100
M : 63
J : 0
N : 36

Bleu clair

R : 102
G : 153
B : 255

C : 60
M : 40
J : 0
N : 0

Gris foncé

R : 51
G : 51
B : 51

C : 0
M : 0
J : 0
N : 80

Gris moyen

R : 102
G : 102
B : 102

C : 0
M : 0
J : 0
N : 60

Gris clair

R : 153
G : 153
B : 153

C : 0
M : 0
J : 0
N : 40

Rouge foncé

R : 185
G : 19
B : 19

C : 0
M : 90
J : 90
N : 27

Rouge moyen

R : 231
G : 24
B : 24

C : 0
M : 90
J : 90
N : 9

Rouge clair

R : 241
G : 116
B : 116

C : 0
M : 52
J : 52
N : 5

03

Fondamentaux de l'identité visuelle

Typographie et polices

La Sora, avec son design élégant et distinctif, est réservée aux éléments de contenu importants. Elle est consacrée à des éléments visuels tels que les titres et les informations générales. Grâce à ses caractéristiques distinctives, la Sora attire immédiatement l'attention du lecteur, mettant en évidence les éléments clés du message.

En contraste, la police Azo Sans est déployée pour des tâches plus diverses. Son utilisation s'étend aux paragraphes, aux sous-titres, aux boutons, aux menus, et bien d'autres. La polyvalence de la Azo Sans en fait un choix idéal pour des contenus variés, assurant une lisibilité optimale dans différents contextes visuels. Son design épuré et moderne favorise une lecture fluide des paragraphes tout en offrant une clarté visuelle essentielle pour les éléments interactifs tels que les boutons et les menus.

Azo Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Sora

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

03

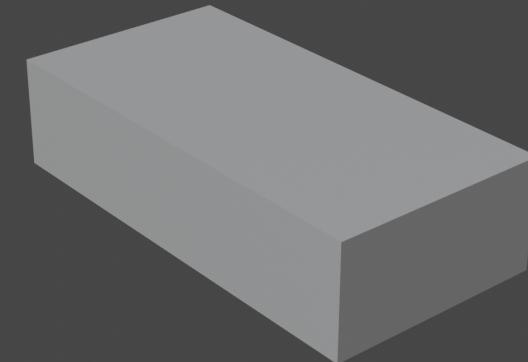
**Fondamentaux de
l'identité visuelle**

Utilisation du logo et des éléments d'identification

Le logo de l'université repose sur un rectangle modélisé en 3D avec Blender, en utilisant un angle de vue spécifique.

Le texte est ensuite intégré de manière parfaitement cohérente à l'aide de Photoshop, en respectant la perspective définie.

Les déclinaisons du logo ainsi que les versions minimalistes adopteront également cet angle de vue afin de créer une harmonie visuelle.



03

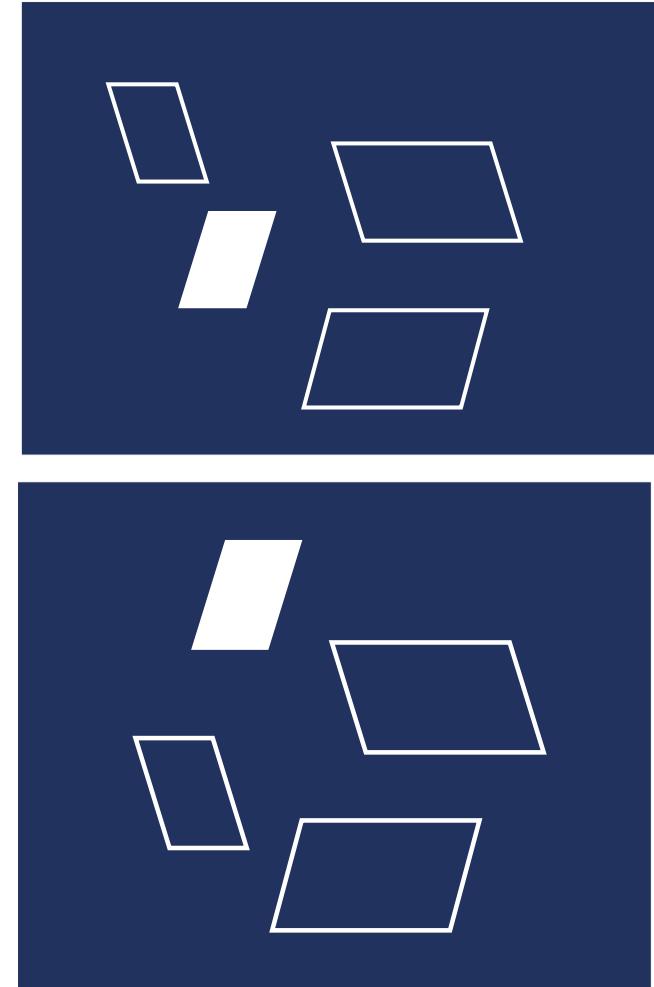
Fondamentaux de l'identité visuelle

Éléments visuels complémentaires

Plusieurs icônes ont été créées pour l'identité qui reprennent également le concept énoncé précédemment.

Quelques motifs peuvent également être utilisés sur différents supports de communication.

À noter que les motifs peuvent être totalement déplacés de manière aléatoire, représentant ainsi un rectangle 3D déconstruit.



04

Application de l'identité visuelle

04

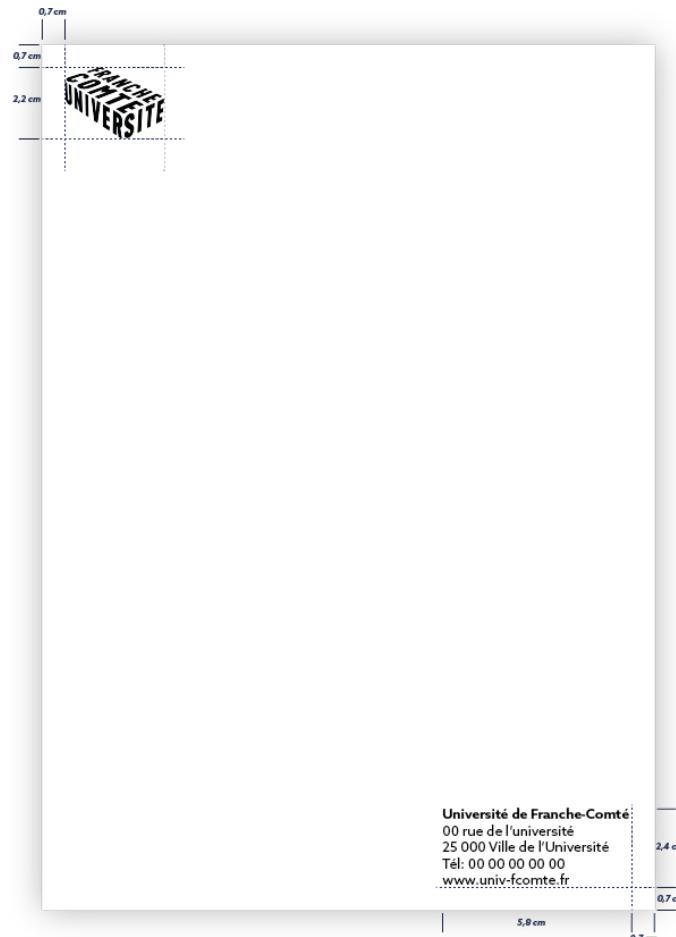
Application de l'identité visuelle

Usage sur supports imprimés

Pour la mise en page sur les supports imprimés, nous avons créé un modèle de **carte de visite** où le logo est centré, avec les informations de contact à droite de la carte.

Pour la **feuille A4**, nous avons opté pour quelque chose de plus basique : le logo en haut à gauche et les informations de contact en bas à droite.

À noter que chaque document respecte les marges et les espacements.



04

Application de l'identité visuelle

Utilisation sur supports numérique

Voici des exemples de supports numériques, tels qu'un post Instagram, un résumé de la page et une story.

L'univers de l'identité est bien retransmis sur les réseaux sociaux, non seulement par les couleurs, mais aussi par les formes géométriques qui font rappeler le concept.

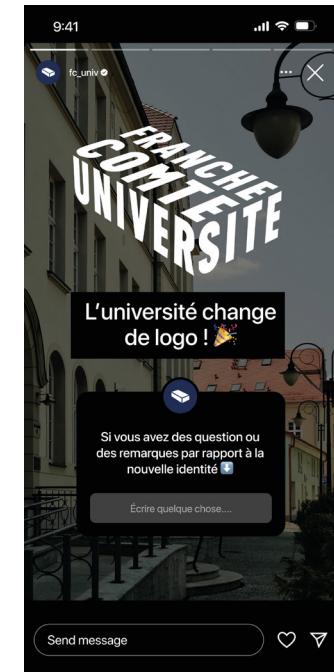
Post instagram



Page Instagram



Story



04

Application de l'identité visuelle

Application sur des objets physiques

Pour offrir un meilleur aperçu, nous avons créé plusieurs mockups représentant la visualisation sur différents supports réels tels qu'une **affiche**, des **cartes de badge**, ou encore un sac.



04

Application de l'identité visuelle

Directives pour la photographie

Pour les photographies, ajoutez un filtre bleuté sur les images, comme indiqué à droite.

Il est important de respecter ces directives pour maintenir une certaine harmonie.



+

#002966
Opacité à 50%



05

Système graphique et flexibilité

05

Système graphique et flexibilité

Création d'un système graphique adaptable

La contrainte de la refonte de l'identité consiste à élaborer un **système polymorphe** pour chaque département et sous-catégorie de l'université. Dans notre cas spécifique, il est important de maintenir le concept de «**bloc**» pour tous les ensembles de l'université.

Cependant, un problème émerge : si l'on suit exactement les instructions précédentes, tous les logos auront une apparence **similaire**.

La solution réside dans l'utilisation du même concept, tout en intégrant un titre qui affiche le nom de la structure. Par exemple, pour le département **MMI**, le logo sous forme de bloc comportera l'inscription «Département MMI», et la baseline sera formulée comme suit : «Département des métiers du multimédia et de l'internet».



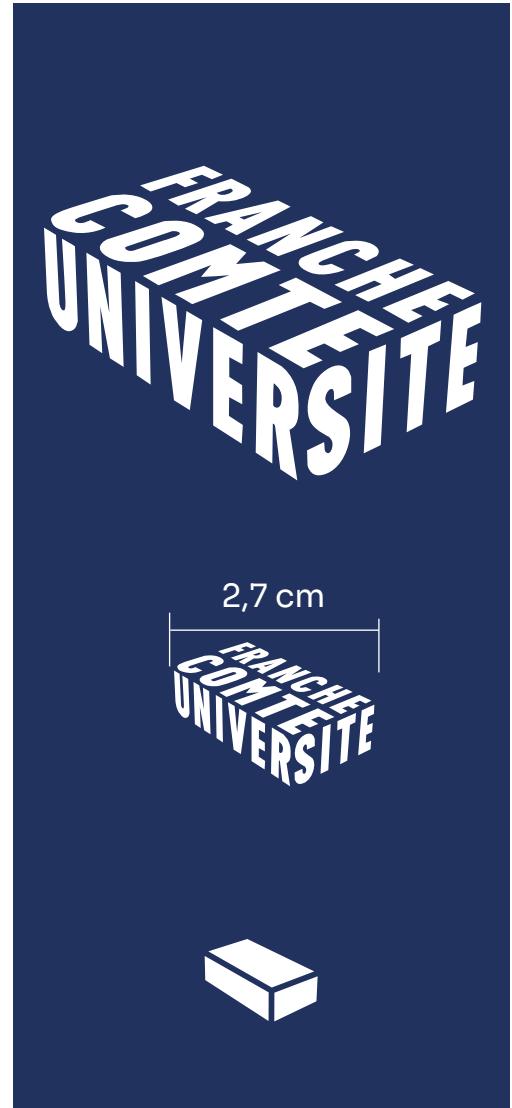
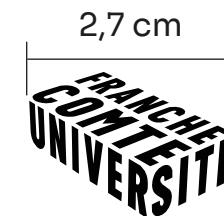
05

Système graphique et flexibilité

Flexibilité pour différents supports et formats

En fonction des formats, le logo doit être **adapté** tout en préservant une lisibilité essentielle sans compromettre sa reconnaissance **distinctive**.

Nous avons opté pour le maintien du rectangle en 3D, qui constitue le concept central de l'identité. Lorsque le logo est utilisé avec une largeur inférieure à 2,7 cm, il est impératif d'utiliser cette version minimale.



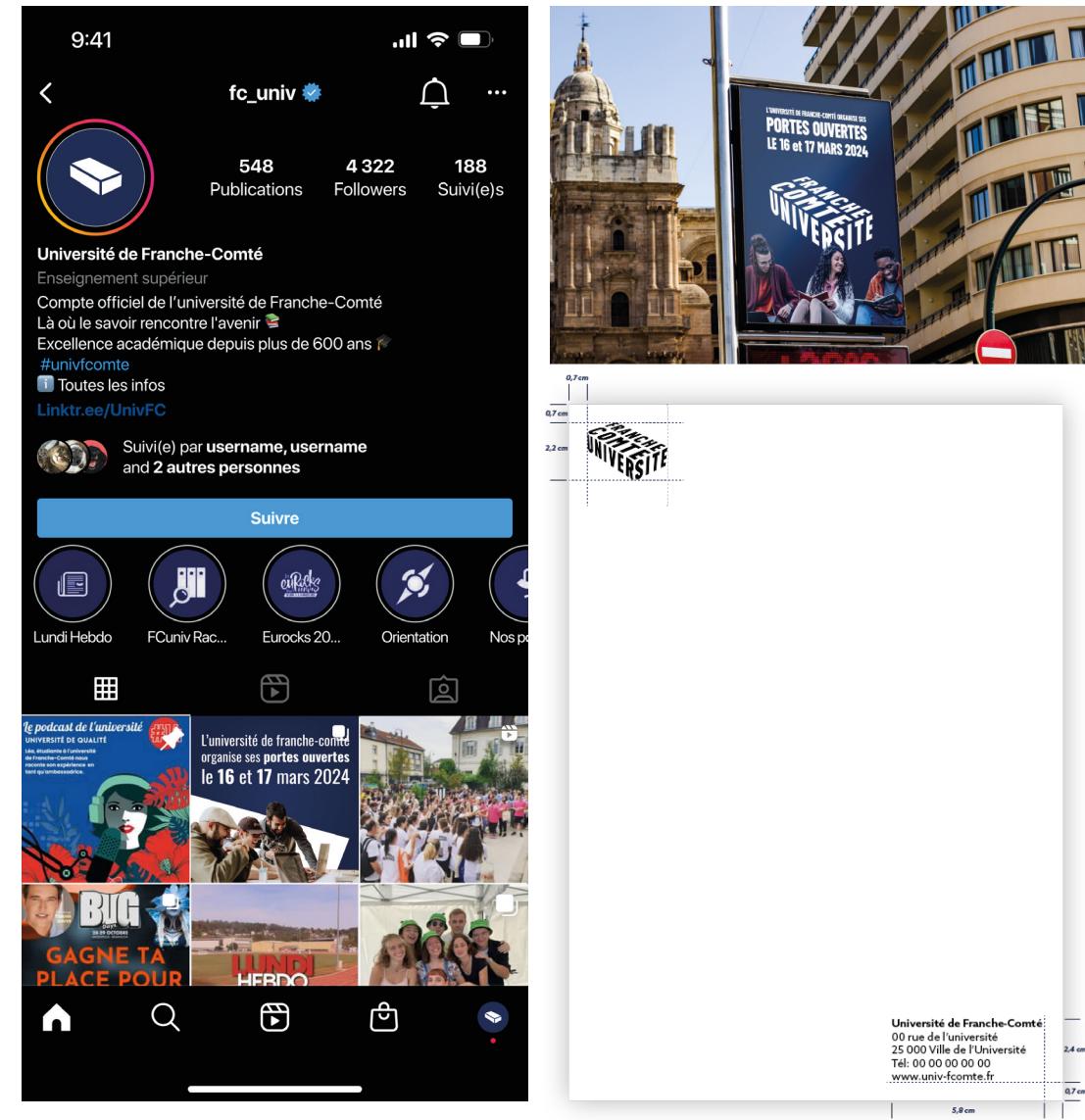
05

Système graphique et flexibilité

Applications spécifiques à des contextes variés

On peut observer le rendu des diverses formes de logos lorsqu'ils sont appliqués sur des supports de communication.

Il est important de suivre scrupuleusement ces règles lors de l'application.



06

Normes et guides d'application

06

Normes et guides d'application

Règles d'utilisation du logo

L'un des aspects les plus importants d'une charte graphique est de **définir** des règles pour l'utilisation du logo, en respectant des critères essentiels tels que la taille minimale, les contrastes, les couleurs, et l'étirement.

Voici un exemple de versions de logos à ne pas reproduire:



Trop étiré



Mauvaise couleur



Mauvais contraste



Trop petit

06

Normes et guide d'application

Logo à utiliser

Voici maintenant les versions à utiliser.

Il est important d'utiliser **exactement** les logos présentés à droite pour maintenir une certaine cohérence.
Le logo ne peut être utilisé qu'en **blanc ou en noir**, selon le fond du support, pour assurer des contrastes appropriés.



Il est important, lors de la création de supports visuels, de respecter les **modèles présentés** précédemment concernant les marges et les tailles des différentes composantes du support de communication.

Si ces règles ne sont pas **respectées**, un manque d'harmonisation pour l'identité sera présent et les utilisateurs seront **perdus** si une autre mise en page est créée pour chaque nouvel événement.

07

Processus d'évolution et de feedback

07

Processus d'évolution et de feedback

Processus pour les mises à jour de la charte graphique

Pour toute demande de mise à jour de la charte graphique, veuillez contacter l'organisme de l'université concerné à cette adresse e-mail :

[communication@univ-fcomte.fr.](mailto:communication@univ-fcomte.fr)

08

Conclusion

En conclusion de la refonte de l'identité visuelle de l'Université de Franche-Comté, nous soulignons l'importance **capitale** de respecter scrupuleusement les principaux points établis dans la charte graphique. Cela englobe le **strict respect** du logo, des couleurs, et des typographies spécifiées. La cohérence et l'application rigoureuse de ces éléments sont des piliers essentiels pour garantir une identité visuelle **uniforme et reconnaissable**.

Nous soulignons également notre engagement envers une identité visuelle polymorphe, adaptée à chaque sous-composante de l'université. Cette approche garantit une **flexibilité** nécessaire tout en maintenant une unité visuelle globale. Ainsi, la charte graphique établie est bien plus qu'une simple directive: c'est une feuille de route pour l'expression visuelle de l'université, reflétant son **dynamisme** et son **évolution** tout en assurant une identité distinctive et cohérente.

UNIVERSITÉ
FRANCHE
COMTE

