UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

Auxerre
Chalon-sur-Saône
Dijon
Le Creusot
Mâcon
Nevers

Cahier des normes graphiques
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

EDITION 2013

Supports disponibles : http://communication.u-bourgogne.fr
Contact : communication@u-bourgogne.fr

© Service communication - université de Bourgogne - 2013

Une visibilité accrue

Au moment où l'uB entame un nouveau contrat pluriannuel, et compte tenu de l'importance d'une communication institutionnelle qualitative, cohérente et forte, portée par l'ensemble de ses composantes et services, il nous est apparu nécessaire de mettre à votre disposition le cahier des normes graphiques actualisé.

L'université de Bourgogne est unique, à la fois en Bourgogne et dans le monde. Elle cohabite cependant avec nombre d'autres établissements d'enseignement supérieur et de recherche. Chaque composante, formation et laboratoire est également confronté à cette concurrence et à cette (nouvelle) obligation de (mieux) se positionner.

Au-delà d'un positionnement scientifique et pédagogique, chaque entité a donc également à se positionner en termes d'image, c'est-à-dire à se différencier, se distinguer afin d'être (re) connue et sollicitée.

Cette distinction à l'externe passe obligatoirement par la mention de l'appartenance à l'établissement « université de Bourgogne » et à sa représentation graphique qui en est sa marque de positionnement identitaire.

Vous trouverez dans ce document les règles à respecter lors de la réalisation de vos outils de communication. Le cas échéant, ce document est à communiquer à vos prestataires, voire à vos partenaires qui auraient à marquer des supports.

Des standards sont mis à votre disposition. Il est vivement recommandé de soumettre vos créations. Et pour toute précision, aide ou suggestion, n'hésitez pas à consulter le service communication qui vous apportera information et soutien.

Dominique ANNET
Directrice de la communication

Sommaire

1. La marque uB
• Règles générales **PAGE 4**

2. Identité visuelle - les grands principes
• Les fondamentaux **PAGE 6**
- Les logotypes
- Le logotype institutionnel
- Les cosignatures
- Le bloc-marque
- La mention « université de Bourgogne »
- Le blason

• L'univers graphique **PAGE 25**
- Les typographies d'accompagnement
- Les couleurs d'accompagnement
- L'iconographie

3. La papeterie PAGE 29
• institutionnelle
• entités
• entités avec logo
• entités “multi-logos”

4. La signalétique PAGE 37

5. Commander et produire vos supports de communication PAGE 40
Rendez-vous sur le site du service communication :
http://communication.u-bourgogne.fr

Cahier Normes Graphiques et accès aux supports :
http://communication.u-bourgogne.fr
Contact et conseils identité visuelle uB :
Virginie Fidon, virginie.fidon@u-bourgogne.fr

1. La marque uB

Une **identité visuelle** est la signature graphique d'une organisation, elle reflète ses caractéristiques intrinsèques et permet à tous les publics (internes et externes) de l'identifier. L'élément central est le logo(type) qui est la marque de l'organisation. Ce logotype s'inscrit dans une identité visuelle globale dont les caractéristiques sont consignées dans une charte graphique.

Un **logo ou logotype** est la forme graphique symbolisant l'image qu'une institution entend projeter. « Pierre angulaire » d'une image de marque, il se doit d'être à la fois **simple, lisible, impactant, différentiant, facilement mémorisable et attribuable, polyvalent et durable**. Il fait l'objet d'un dépôt légal INPI et son usage est strict.

Une **charte graphique** présente la mise en œuvre du logotype et ses applications. Elle permet à tous les utilisateurs du logo d'en connaître et d'en respecter les attributs. Son but premier est d'assurer la cohérence de l'identité visuelle sans laquelle l'université perd de son impact et des opportunités d'être (re)connue. Le bon usage et l'usage récurrent sur les multiples supports font une identité visuelle efficace.

En ce domaine de l'identité visuelle, les goûts personnels sont secondaires ; la créativité ne commence que lorsque les règles générales ont été appliquées. La collaboration de tous, et en particulier des chargés de communication et des responsables administratifs des composantes et des services, est, par conséquent vitale pour que l'université puisse consolider son identité, son image, son positionnement, tant local , national qu'international.

« La simplicité est la sophistication suprême »
Léonard de Vinci

Règles générales

Logo uB obligatoire
La représentation du logotype uB, ou le cas échéant la mention « université de Bourgogne », est obligatoire sur tous les supports (print, web ou autres), même s'il existe un logo local ou événementiel, et uniquement suivant les conditions indiquées dans cette charte (couleurs, typographie, dimensions, zone de protection, etc.).

Mention du nom obligatoire
La mention de l'intitulé « université de Bourgogne » est obligatoire dans l'adresse ou l'intitulé générique d'un document. Il accompagne toujours le nom d'une entité (composante, service, ...).

Utilisation du blason
Les supports de communication privilégient le logotype. Cependant sur un certain nombre de supports, en particulier officiel, l'estampille du blason est nécessaire. Il pourra être utilisé pour tout rappel du caractère historique de l'université. Il suit également les règles classiques de tout logo (pas de déformation, couleur à respecter, etc.).

Logotype ou sigle local
Le logotype complémentaire (d'une entité) n'est pas encouragé. S'il existe, il doit être de qualité technique professionnelle et compatible en voisinage du logotype de l'université, selon les règles définies dans cette charte.

Si une entité désire créer ou valider un logotype propre, elle prendra la précaution de consulter le service communication qui la conseillera au mieux.

Entités associées et partenaires
Les entités légalement associées (mais qui ne sont pas des entités appartenant à l'uB) ont également à respecter les règles d'usage de l'identité de l'uB présentées dans ce document comme ce serait le cas pour un partenaire.

Traduction
Le logo et le blason ne seront jamais transformés ni traduits. Le nom « université de Bourgogne » peut être traduit « University of Burgundy » sur les documents à vocation internationale, qui doivent tout de même comporter le nom en français.

Campus durable
Tout support produit sera pensé dans le contexte du développement durable (en termes de choix de papier, de décision d'impression, de quantité produite, ...) et de coût raisonné (achats groupés voire marchés publics, limite d'impression sur les photocopies couleurs[1], etc.).

1. Limiter la surface couleur imprimée sur une photopieuse à 6% (coût photocopie au 10.000 ex. noir/blanc : 40 euros, <6% couleur : 60 euros, >6% couleur : 370 euros).

2. Identité visuelle
les grands principes

- **Les fondamentaux**
  - Les logotypes
  - Le logotype institutionnel
  - La cosignature
  - Le bloc-marque
  - La mention « université de Bourgogne »

Les fondamentaux
Les logotypes

Le logotype uB est obligatoire sur tous les supports de l'université (services et composantes compris). Son dessin est immuable et ne doit subir aucune interprétation, adaptation ni déformation. Ses proportions doivent impérativement être respectées.

Le logotype institutionnel, les cosignatures et le bloc-marque

En réponse à la diversité des contextes dans lequel il s'inscrit, le logotype uB apparaît sous différentes formes ayant le même objectif : rappeler systématiquement l'entité uB et son champ d'action, dès lors qu'une ou plusieurs de ses parties sont émettrices ou co-émettrices d'un contenu.

On distinguera 3 principaux cas de figure, impliquant chacun l'usage d'une version particulière de la marque :
- la communication de l'université en tant qu'entité globale,
- la communication d'un ou de plusieurs services et composantes de l'université, associée ou non à des organismes externes,
- le marquage d'objets promotionnels et d'accessoires.

Les règles définissant le choix et le bon usage de l'une ou l'autre de ces versions sont l'objet principal de cette charte et sont développées dans les rubriques qui la composent.

Logotype institutionnel
IDENTIFIER
la marque générique / globale

Les cosignatures
FAIRE PARTIE D'UN TOUT, SIGNER ENSEMBLE
un bandeau long pour réunir toutes les entités et signifier l'appartenance

Le bloc marque
MARQUER
un sigle complet et compact pour les objets

Les fondamentaux
Le logotype institutionnel

Le logotype uB **bandeau court** est la signature générique de l'uB, sa version corporate.
Il doit être utilisé lorsque l'université de Bourgogne est la seule entité émettrice,
dans l'expression de sa globalité.
On le retrouve donc dans les cas suivants :
- édition : les documents émis par l'entité globale uB, les documents relatifs à
  la participation de l'entité globale uB, la signature de ces mêmes documents
  en présence de partenaires extérieurs.
- site internet : la signature de l'entité globale doit figurer en haut à gauche
  de chacune des pages, y compris pour les sites dédiés aux entités composantes
- événementiel

De manière générale, lorsqu'il est question de l'université dans sa globalité.

Dès que l'on quitte ce contexte global pour signifier non plus un tout mais une partie de l'université, un ou plusieurs services, une ou plusieurs composantes en particulier, on aura recours à la **cosignature**, permettant d'associer
la marque composante à la marque globale.

Bien utiliser
Le logotype institutionnel 1/3

Le logotype uB s'utilise sur fond blanc ou sur fond de couleur / image.
Le « B » est toujours blanc, qu'il soit utilisé avec ou sans contour.
« UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE » figure en réserve blanche dans un bandeau de la couleur de référence.

Quadrichromie
Sur fond blanc, la version **B** avec contour orange doit être utilisée.

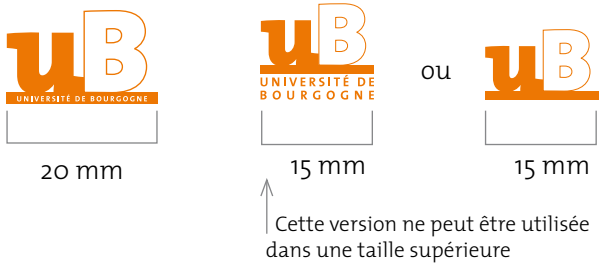
Sur fond couleur ou image, la version **B** sans contour doit être utilisée.

Couleur
Le logotype de l'uB est présenté soit en orange soit en gris / noir ; plus aucune autre couleur n'est admise dans un but de lisibilité externe.

Orange : *pantone 166 C* -
Quadri : C: 0 M: 64 J: 100 N: 0

gris : *pantone Cool Gray 9 C* -
Quadri : C: 0 M: 0 J: 0 N: 51

Taille minimale tolérée
La taille minimale du logo est 20 mm.
Pour une taille inférieure à 20mm et jusqu'à 15 mm, utiliser l'une des deux versions spécifiques.
Interdiction d'utiliser le logo en dessous de 15 mm.



Monochromie

Sur fond blanc, la version **B** avec contour noir doit être utilisée.

Sur fond tramé, la version **B** sans contour doit être utilisée.

Sur fond noir, le logo spécifique gris et blanc doit être utilisé.

Impression 1 couleur à l'aplat, le logo spécifique **négatif** doit être utilisé.

Bien utiliser
Le logotype institutionnel 2/3

Le logotype uB est placé en bas à droite, de préférence sur fond blanc.

Publications - Position et proportion du logotype en première page :
A3 : tabloïds : logo largeur 60 mm, marge à droite 30 mm, en pied 15 mm
A4 : logo largeur 50 mm, marge à droite 25 mm, en pied 12,5 mm
A5 : logo largeur 30 mm, marge à droite 15 mm, marge en pied 7,5 mm

Autres formats / supports (affiches, presse, kakemonos, bâches, ...)
logo largeur 1/10e du côté le plus long, marge à droite 1/20e, marge en pied 1/40e

PLUS D'EXEMPLES CHAPITRE 3

PUBLICATION A4

PUBLICATION A5

KAKEMONO 2 x 0,80 m

Bien utiliser
Le logotype institutionnel 3/3

Le logotype uB institutionnel sert aussi de base à la personnalisation pour les composantes et services si celle-ci est nécessaire.
Auquel cas la composante ou le service est identifé par leur nom, inscrit sous le logo institutionnel.
L'espacement entre les lettres formant le nom de la composante ou du service peut varier pour des raisons esthétiques.

SEUL LE SERVICE COMMUNICATION DE L'UNIVERSITÉ EST AUTORISÉ À CRÉER CES LOGOTYPES PERSONNALISÉS.

On aura recours au **logotype cosignature** pour signifier un service ou une composante sans logo pour tous les usages officiels (papeterie, publications, événementiel).

Typographie TheMix bold plain
corps 14 interlignage 16 pts
lorsque le logo est à 100 % (échelle 1)

Les fondamentaux
Les cosignatures

La cosignature est l'élément clé des cas de **cohabitation de logotypes** et doit être utilisé dès qu'il est question de l'une des constituantes de l'université et non plus de l'université dans sa globalité.
Elle **a pour objectif de réunir sous une même bannière les entités** communiquant ensemble, s'associant ou participant en commun à une action ou un événement.
Rappel de l'appartenance à l'université, elle permet d'organiser autour de celui de l'uB l'ensemble des logotypes des entités (composantes, départements, services) et des logotypes indépendants (structures autonomes mais liées).

Aucune des entités composantes de l'université ne doit communiquer avec son seul logo.

La cosignature existe sous deux formes graphiques différentes : cosignature uB et cosignature partenaires - selon qu'il y ait ou non présence de partenaires externes.

On retrouve la **cosignature uB** dans les cas suivants :
- papeterie : **son principal usage**
- édition, événementiel : les documents émis en collaboration par plusieurs composantes de l'uB, **en l'absence de partenaires externes.**

On retrouve la **cosignature partenaires** dans tous les cas suivants :
- édition, événementiel : les documents émis en collaboration par plusieurs composantes de l'uB, **en présence de partenaires externes.**

Cosignature uB
une à plusieurs composantes de l'uB
bandeau long - sigle à droite

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

UFR SCIENCES VIE TERRE ENVIRONNEMENT

UFR PHARMACIE

Cosignature partenaires
une à plusieurs composantes de l'uB - présence de partenaires externes
bandeau court - sigle à gauche

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

Bourgogne Conseil régional

Bien utiliser
La cosignature uB 1/4

La cosignature uB **s'utilise uniquement sur fond blanc**.
Le « B » est toujours blanc et toujours avec contour.
La cosignature uB est toujours accompagnée de la mention d'un ou plusieurs services, mention ou logo d'une ou plusieurs entités, sauf dans le cas particulier de la papeterie corporate de l'université.
La largeur de la cosignature uB est définie et fixée en fonction de la largeur du support sur lequel elle figure et n'est pas variable.

Le(s) logo(s) des entités de l'uB sont toujours au dessus ou au dessous du bandeau "université de Bourgogne", afin de montrer leur appartenance à l'uB ; à la différence des logos "partenaires" (cf page 18).

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

SERVICE COMMUNICATION

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

UFR PHARMACIE

iae DIJON

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

Remarque : la version couleur est applicable aux services et entités ne disposant pas de leur propre logotype et pour la papeterie corporate de l'université.
La version grise est à privilégier pour tous les services ou entités disposant d'un logotype coloré etsurtout si les couleurs sont difficilement compatibles.

Couleur
La cosignature uB est soit orange, soit grise ; aucune autre couleur n'est admise.

Orange : *pantone 166 C* -
Quadri : C: 0 M: 64 J: 100 N: 0

gris : *pantone Cool Gray 9 C* -
Quadri : C: 0 M: 0 J: 0 N: 51

Bien utiliser
La cosignature uB 2/4

Quelques illustrations :

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

UFR SCIENCES VIE TERRE ENVIRONNEMENT

UFR PHARMACIE

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

UFR SCIENCES VIE TERRE ENVIRONNEMENT

UFR PHARMACIE

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

UFR SCIENCES VIE TERRE ENVIRONNEMENT

UFR PHARMACIE

LE PRINCIPE

UN SEUL service ou une seule entité, le logotype est positionné au dessus de la barre de la cosignature. Exemple :

PLUSIEURS services ou entités, les logotypes sont positionnés sous la barre de la cosignature. Exemple :

Remarque : dès lors qu'un service ou une entité parmi les autres dispose d'un logotype, **la version grise** est à utiliser.

Bien utiliser
La cosignature uB 3/4

Mise en forme

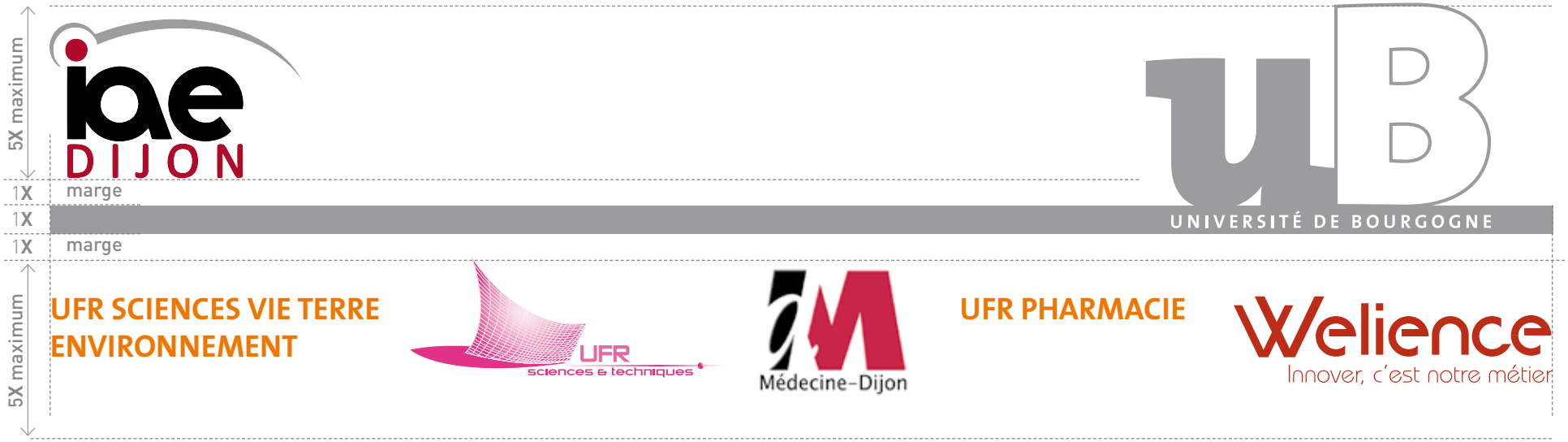
L'emplacement des logotypes dépend du nombre d'entités présentes, selon le principe définit **page 14** (un logotype, au-dessus de la barre uB, plus d'un logotype, en-dessous de la barre uB).
La taille des logotypes va elle aussi dépendre de leur nombre, et doit s'adapter en fonction. **La largeur occupée par les logotypes ne doit en aucun cas être supérieure** à celle du bandeau du logo tutélaire.

Les formats fixes de la cosignature uB :

A6 : logo largeur 96 mm (x = 1,8 mm)
A5 : logo largeur 128 mm (x = 2,4 mm)
A4 : logo largeur 184 mm (x = 3,45 mm)
A3 : logo largeur 256 mm (x = 4,6 mm)

Au-delà du format A3, les règles définies page 17 pour les supports d'édition et événementiels doivent être appliquées.

X = hauteur du bandeau



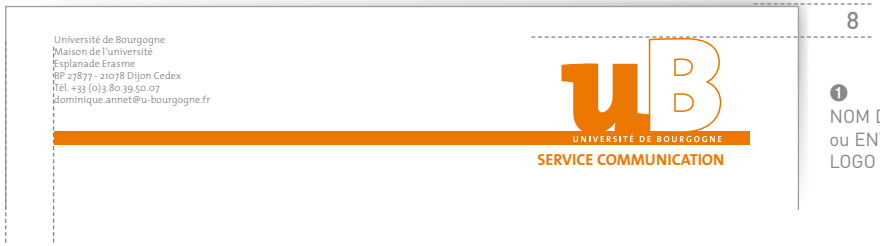
Remarque : la marge entre le bandeau et les logos doit être respectée. Par contre, les limites hautes et basses représentent une valeur maximale à ne pas dépasser ; les logos doivent s'y inscrire de façon harmonieuse sans forcément occuper entièrement la hauteur.

Bien utiliser
La cosignature uB 4/4

Applications - papier à entête A4

Emplacement et format du logotype sont fixes pour toute la papeterie **A4** (largeur du logo 184mm). Le logo est toujours centré dans la largeur, le haut du logo est placé à **8 mm du haut de la page**. La version grise est à utiliser en présence d'une entité avec un logo et/ou de plusieurs entités.

PLUS D'EXEMPLES CHAPITRE 3

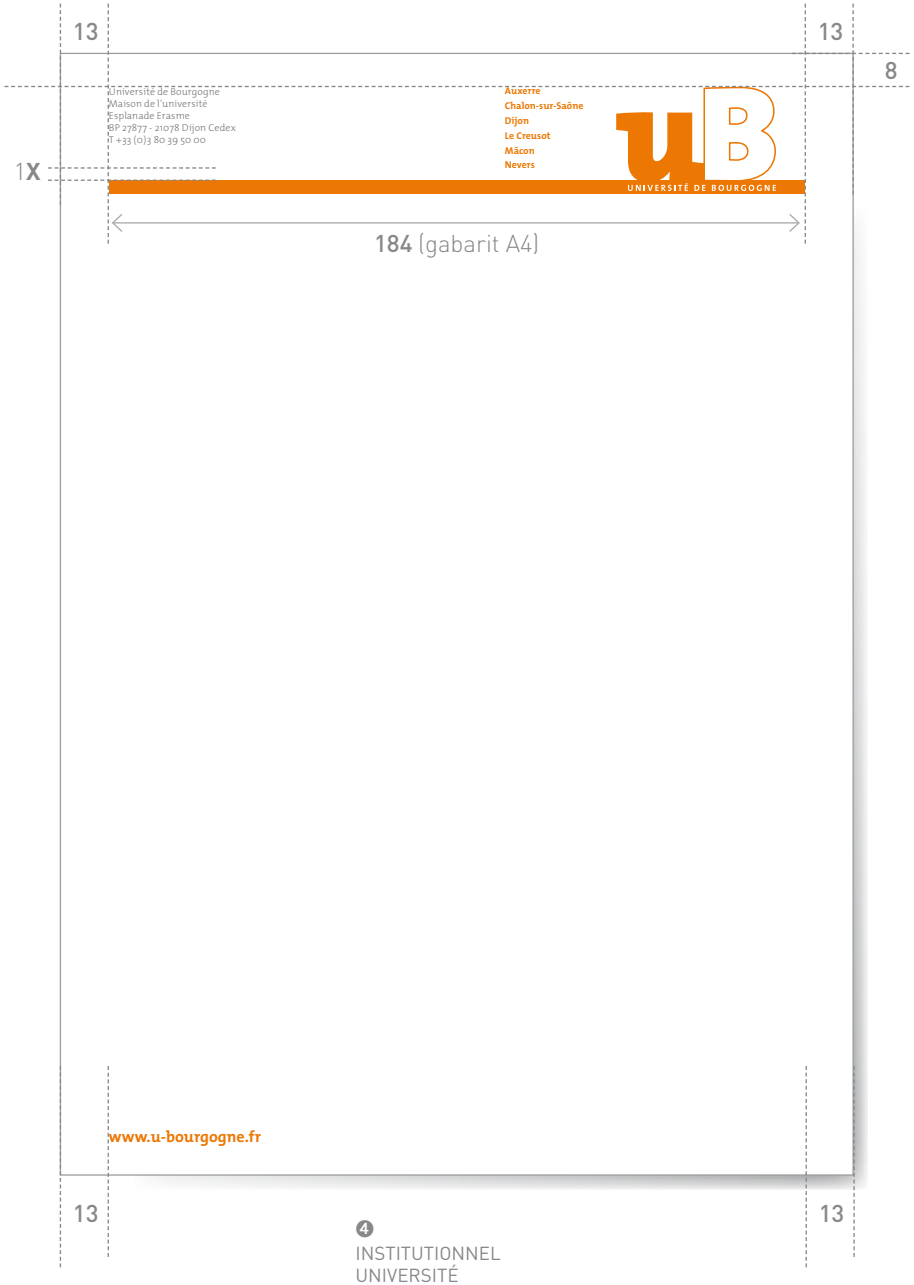


❶ NOM DU SERVICE ou ENTITÉ SANS LOGO

❷ 1 ENTITÉ AVEC LOGO

❸ PLUSIEURS ENTITÉS

Remarque : pour une meilleure lisibilité et une qualité optimale en reprographie, les textes papeterie (coordonnées) sont en **noir 68 %** (pantone cool gray 11).



❹ INSTITUTIONNEL UNIVERSITÉ

Les fondamentaux
La cosignature partenaires

Cette version de la **cosignature** s'applique uniquement en présence de partenaires externes.
Cette **cosignature** s'exploite comme un logo à part entière, parmi les logos des entités partenaires étrangères à l'uB.
Son dessin particulier lui permet d'être utilisé dans un format réduit.

Le logotype cosignature **s'utilise uniquement sur fond blanc**.
On le positionnera dans un rectangle blanc s'il doit apparaître sur un fond autre que blanc.
Le « B » est toujours blanc et toujours avec contour.
Le sigle uB est toujours à gauche.

Le logo cosignature partenaires est toujours accompagné de la mention d'un ou plusieurs services, mention ou logo d'une ou plusieurs entités, placé à droite (ni au dessus, ni en dessous du bandeau "Université de Bourgogne", à la différence de la cosignature "entité").

Remarque : La version grise est réservée à l'impression monochrome (documents édités à l'interne, dossier de presse par exemple).

La longueur du bandeau
varie avec le nombre d'entités (services, entités cohabitantes ou cotutelles) qu'il doit souligner.

Orange : *pantone 166 C* -
Quadri : C: 0 M: 64 J: 100 N: 0

gris : *pantone Cool Gray 9 C* -
Quadri : C: 0 M: 0 J: 0 N: 51

Bien utiliser la cosignature partenaires 1/2

L'objectif est de **rendre apparente la filiation entre les composantes de l'uB et l'institution uB**.
Le groupe de logos obtenus devient un logo à part entière et doit figurer en tant que tel auprès des partenaires externes.
Les logos des partenaires externes sont eux, situés en dehors et à droite de la signature "famille uB"

Exemples d'application ci-contre

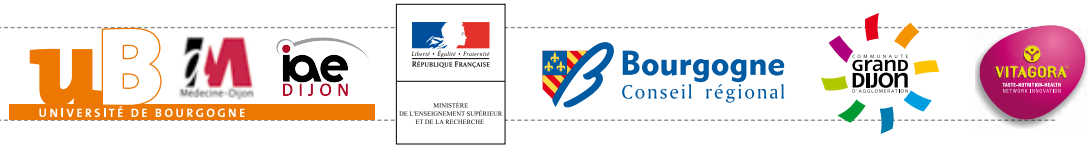
pas de logo cohabitant, ni logo cotutelle

pas de logo cohabitant, logo cotutelle

logos cohabitants, pas de logo cotutelle

logos cohabitants, PRES et cotutelle

Référence pour la dimension des logos des partenaires externes : hauteur de la cosignature



Bien utiliser
la cosignature partenaires 2/2

Précisions sur la construction de la signature “famille uB”

Il est indispensable d'adapter la longueur du bandeau de la cosignature partenaire en fonction du nombre d'entités cohabitantes (voir page suivante).

Sur un fond autre que blanc :
on positionnera le logo complet, avec ses composantes, dans un rectangle blanc d'un format supérieur (marge égale à la hauteur du bandeau sur chaque côté).

Remarque : la marge entre le bandeau orange et les logos doit être respectée. Par contre, les espaces réservés pour les logos cohabitants, cotutelles et PRES représentent une valeur maximale à ne pas dépasser ; les logos doivent s'y inscrire de façon harmonieuse sans forcément en occuper entièrement la hauteur.

Les fondamentaux
Le bloc marque

Le bloc-marque uB est un **identifiant graphique spécifique, autonome,** destiné à répondre aux besoins de marquage d'objets et de supports sans caractère officiel. C'est une estampille, un cachet non-officiel concentrant des informations-clés : le sigle de l'université, les villes, l'adresse internet.
Son utilisation est moins réglementée que celle des logotypes institutionnels et tutélaires, on le positionnera au cas par cas afin de tirer le meilleur parti du support qui l'accueille. Son dessin et ses proportions doivent toutefois être impérativement respectés.

On le retrouve donc dans les cas suivants :
- marquage d'objets publicitaires (clés USB, porte-crayons, etc.)
- marquage d'accessoires papeterie (post-it, bloc-notes)
- marquage d'accessoires textiles (vêtements, parapluies, serviettes, etc.)

De manière générale, il doit être utilisé dès qu'il est question de marquer un objet usuel de l'université dans sa globalité.
Dans le cas d'un double marquage comprenant le logotype d'une entité composante, on utilisera la mention "université de bourgogne" et pas le bloc-marque.

Il est interdit d'utiliser le bloc marque à la place du logotype

Auxerre
Chalon-sur-Saône
Dijon
Le Creusot
Macon
Nevers

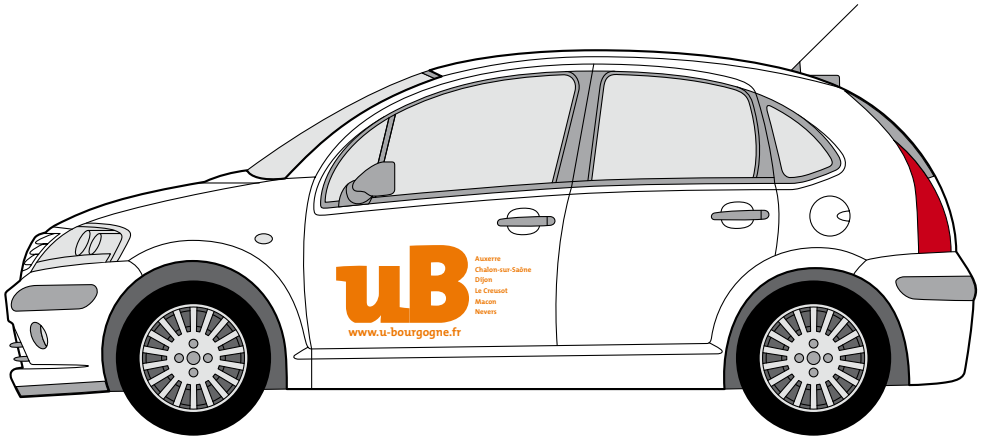
www.u-bourgogne.fr

Auxerre
Chalon-sur-Saône
Dijon
Le Creusot
Macon
Nevers

www.u-bourgogne.fr

Bien utiliser
Le bloc marque 1/1

Contrairement aux autres éléments graphiques, le bloc-marque uB
n'est pas géré par des règles strictes**,** en dehors de ses proportions et de ses couleurs,
toutes deux immuables (orange, noir ou blanc, sur fond clair ou sombre).
Veiller simplement à lui donner la taille assurant la bonne lisibilité du plus petit
de ses éléments, son emplacement étant à considérer au cas par cas.



Auxerre
Chalon-sur-Saône
Dijon
Le Creusot
Macon
Nevers

uB

www.u-bourgogne.fr

Auxerre
Chalon-sur-Saône
Dijon
Le Creusot
Macon
Nevers

uB

www.u-bourgogne.fr

Auxerre
Chalon-sur-Saône
Dijon
Le Creusot
Macon
Nevers

uB

www.u-bourgogne.fr

Auxerre
Chalon-sur-Saône
Dijon
Le Creusot
Macon
Nevers

uB

www.u-bourgogne.fr

Les fondamentaux
La mention "université de Bourgogne"

Variante textuelle, la **mention "Université de Bourgogne"** n'est utilisée que dans deux cas précis :
- elle se substitue à l'usage du bloc-marque lorsque celui-ci n'est plus utilisé seul (ajout du nom ou logo d'une entité, d'un service),
- elle pourra être utilisée pour le marquage d'objets étroits (éviter logo trop petit)

Marquage : dans un souci d'homogénéité et d'économie, on tolèrera que cette mention soit imprimée dans la couleur dominante du logo auquel elle s'attache, et/ou celles imposées par la nature des supports.

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

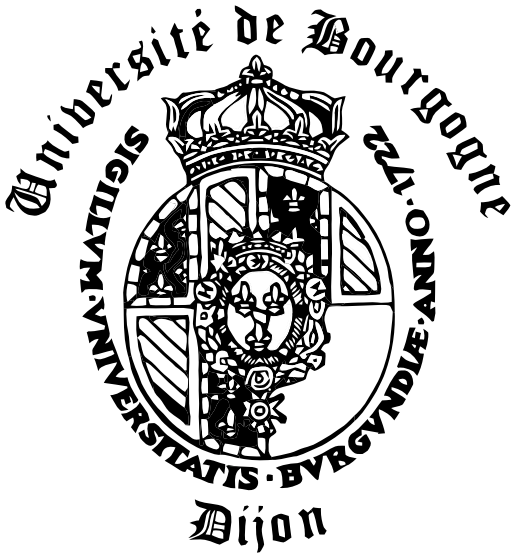
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

Les fondamentaux

Le blason "université de Bourgogne"

Le **blason de l'uB** n'est utilisé qu'exceptionnellement soit pour marquer le caractère très officiel (ex : diplôme, tampon, ...) ou le caractère historique (ex : textile, vin, ...). De même que le logotype uB, il ne peut être déformé et ses couleurs doivent être strictement respectées.



Orange : *pantone 186 C* -
Quadri : C : 2 M : 100 J : 82 N : 6

Or : *pantone 125 C* -
Quadri : C : 6 M : 34 J : 100 N : 25

Cyan : *pantone Cyan C* -
Quadri : C: 1000 M: 0 J: 0 N: 0

Les fondamentaux
Memento

Logotype institutionnel

Usage réservé à l'Université institution globale.

Édition. Édition numérique. Événementiel.

Orange. Gris. Noir. Blanc.

Cosignatures

cosignature uB : bandeau long - sigle à droite

Usage couleur orange réservé
à la communication institutionnelle
de l'université et de ses services.

Les noms des logos des entités sont dessous
ou dessus la barre.

Usage gris réservé aux composantes de l'UB
disposant d'un logotype.

Papeterie. Édition. Événementiel.

Objectif : signifier l'appartenance
à l'institution uB.

cosignature partenaires : bandeau court - sigle à gauche

Usage en présence de partenaires externes.

Les noms ou logos des partenaires sont à droite
du bandeau.

Orange.
Gris uniquement si édition monochrome.

Édition. Événementiel.

Objectif : signifier la collaboration avec
l'institution uB.

Bloc marque

Usage réservé à l'Université institution globale.

Marquage accessoires / accessoires papeterie.

Orange. Noir. Blanc.

Mention

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

Même usage que le bloc marque, en complément
du logotype d'une ou plusieurs entités de l'uB.

Marquage accessoires / accessoires papeterie.

Orange. Noir. Blanc.

Blason

Réservé à des supports spécifiques :
diplôme, cachet officiel, etc.

Quadri. Noir. Négatif (blanc).

2. Identité visuelle
les grands principes

- L'univers graphique
  - Les typographies d'accompagnement
  - Les couleurs d'accompagnement
  - L'iconographie

L'univers graphique

Les typographies d'accompagnement

La typographie est un élément essentiel de la construction graphique, vecteur de lisibilité et d'attribution. La typographie du logotype étant imposée et immuable, le choix d'une police de caractère ne concernera que la création des titres et textes de l'ensemble des publications, documents d'édition et supports pour l'événementiel.

L'usage de la police de caractère "TheMix" dans ses différentes graisses (light, normal, semi-bold, bold, black) est recommandé pour toutes ces réalisations.

La police de caractère "Calibri" sera substituée à la "TheMix" la saisie des textes des documents édités en interne **via les applications bureautiques courantes**.

La police de caractère "Verdana" sera substituée par défaut à la "TheMix" pour le **web** .

Couleur des textes
Pour une meilleure lisibilité et une qualité optimale en reprographie, les textes papeterie (coordonnées) disposent de leur propre valeur.

gris : *pantone Cool Gray 11 C* -
Quadri : C: 0 M: 0 J: 0 N: 68

"TheMix bold"

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(& .,:!»»-_*$%@#)

"TheMix semi-bold"

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(& .,:!»»-_*$%@#)

"TheMix"

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(& .,:!»»-_*$%@#)

"TheMix light"

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(& .,:!»»-_*$%@#)

L'univers graphique
Les couleurs d'accompagnement

La couleur de référence de la marque est la couleur orange utilisée pour le logotype.

Cela ne signifie pas que les publications et supports de communication de l'Université et affiliés doivent être exclusivement et entièrement orange...

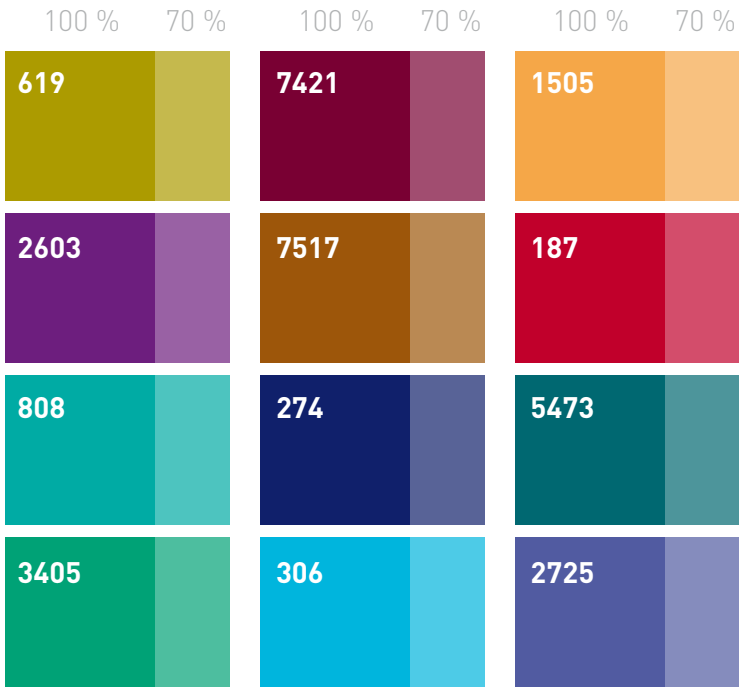
La gamme de couleurs ci-contre représente les valeurs suggérées en complément pour la mise en couleur de titrage, la réalisation d'aplats et d'effets graphiques. Le choix d'une, deux ou trois de ces teintes, selon l'importance du document réalisé, est laissé à la discrétion du responsable en charge du produit.

Pour augmenter ce potentiel, chaque valeur peut, dans un même document, être utilisée en **"tramé" (à 70 % exclusivement)**.

Ces valeurs doivent rester des éléments esthétiques, on ne leur attribuera pas de sens particulier, pour éviter toute confusion d'une réalisation à l'autre. Il faut de la même façon limiter leur importance et ne pas leur donner une place prédominante.

Il est recommandé de :
- Ne pas utiliser les couleurs complémentaires en bord à bord ou en superposition avec la teinte orange officielle
- Tenir compte des couleurs dominantes des images, le cas échéant, pour déterminer les teintes à utiliser
- Limiter le nombre des teintes complémentaires dans un même document
- Limiter leur usage aux petits éléments graphiques (aplat sous un texte en exergue, citation, icône, pictogramme, schéma, folio, etc.)
- Laisser la priorité à l'image : grandes images + petits éléments graphiques, pas l'inverse (voir page suivante).

Couleurs compatibles (pantone)



L'univers graphique
L'iconographie

Au-delà du respect de l'identité graphique et de ses éléments, typographie, couleurs, mise en page, le choix des ressources iconographiques est déterminant dans l'élaboration d'une communication de qualité et la construction d'une image de marque.

La **photothèque de l'uB** regroupe par thème des collections d'images préalablement sélectionnées pour leur valeur en tant qu'illustration, leur capacité à représenter l'uB et leurs qualités techniques.

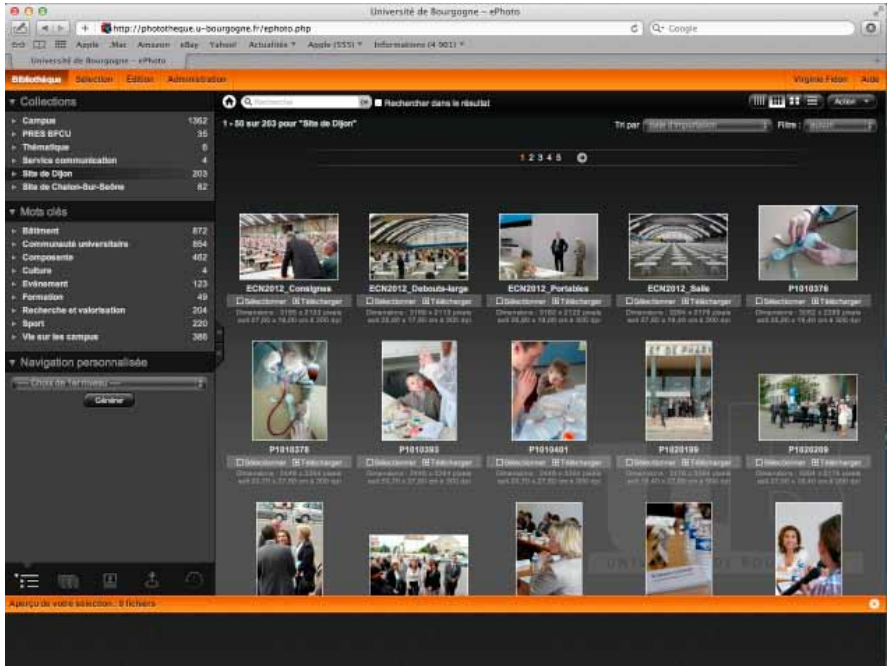
L'usage de ces images est prioritaire. Des prises de vue peuvent être réalisées à la demande, pour créer de nouvelles thématiques ou compléter celles existantes, et enrichir ainsi la base de donnée.

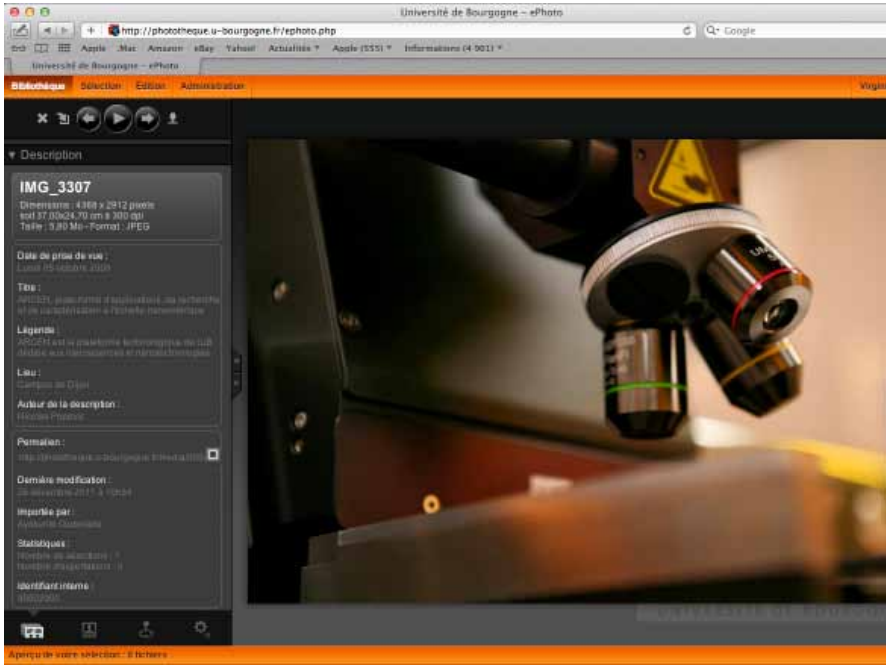
Il n'est pas recommandé d'avoir recours à des photothèques commerciales, les images achetées ne sont pas spécifiques à l'uB et apparaissent généralement dans un nombre conséquent de supports sans rapport avec l'Université.

Il n'est pas recommandé de réaliser par ses propres moyens les photos destinées à la publication ou au web, afin de préserver l'homogénéité et la qualité des images publiées.

Il est vivement recommandé de privilégier le qualitatif au quantitatif !

Accès à la photothèque
Pour les personnels de l'uB avec votre identifiant intranet
http://phototheque.u-bourgogne.fr



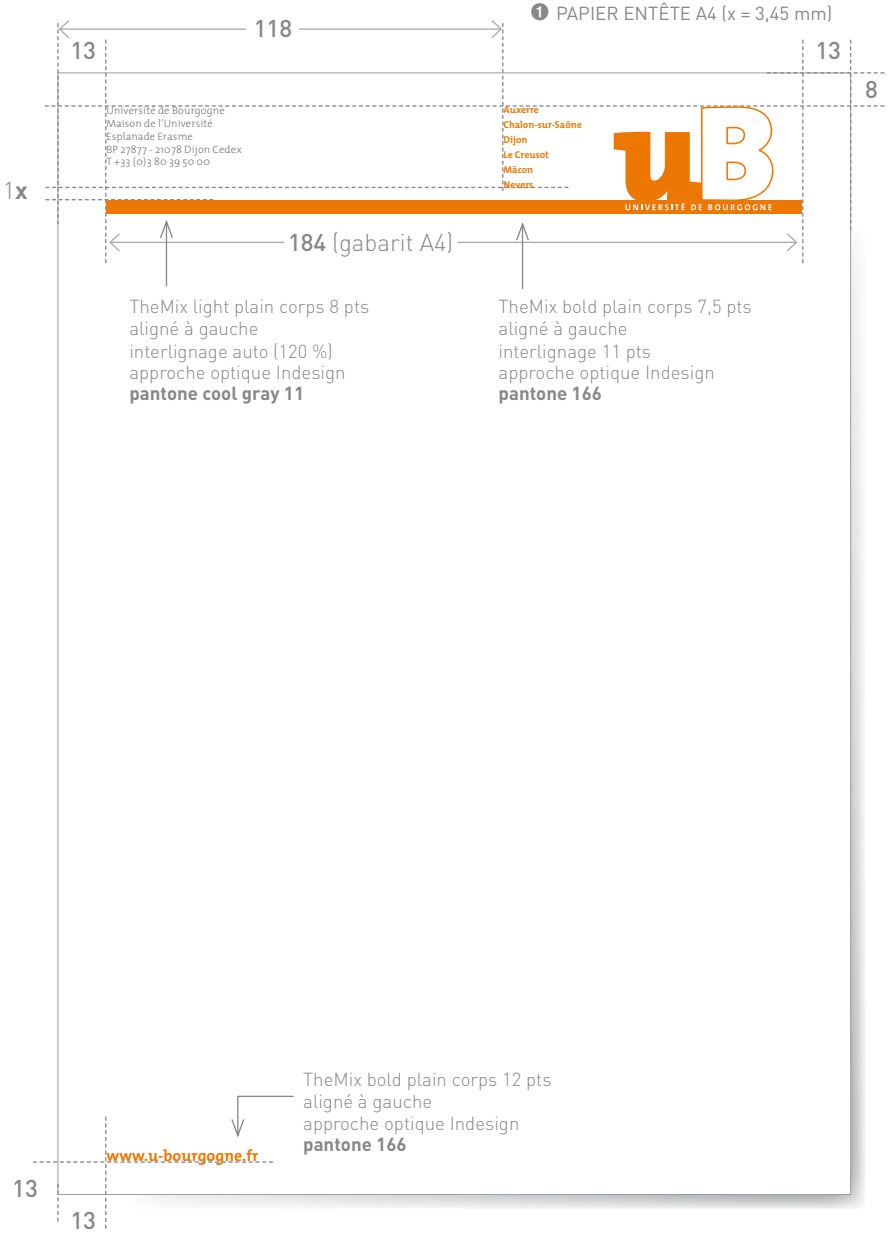


3. Papeterie

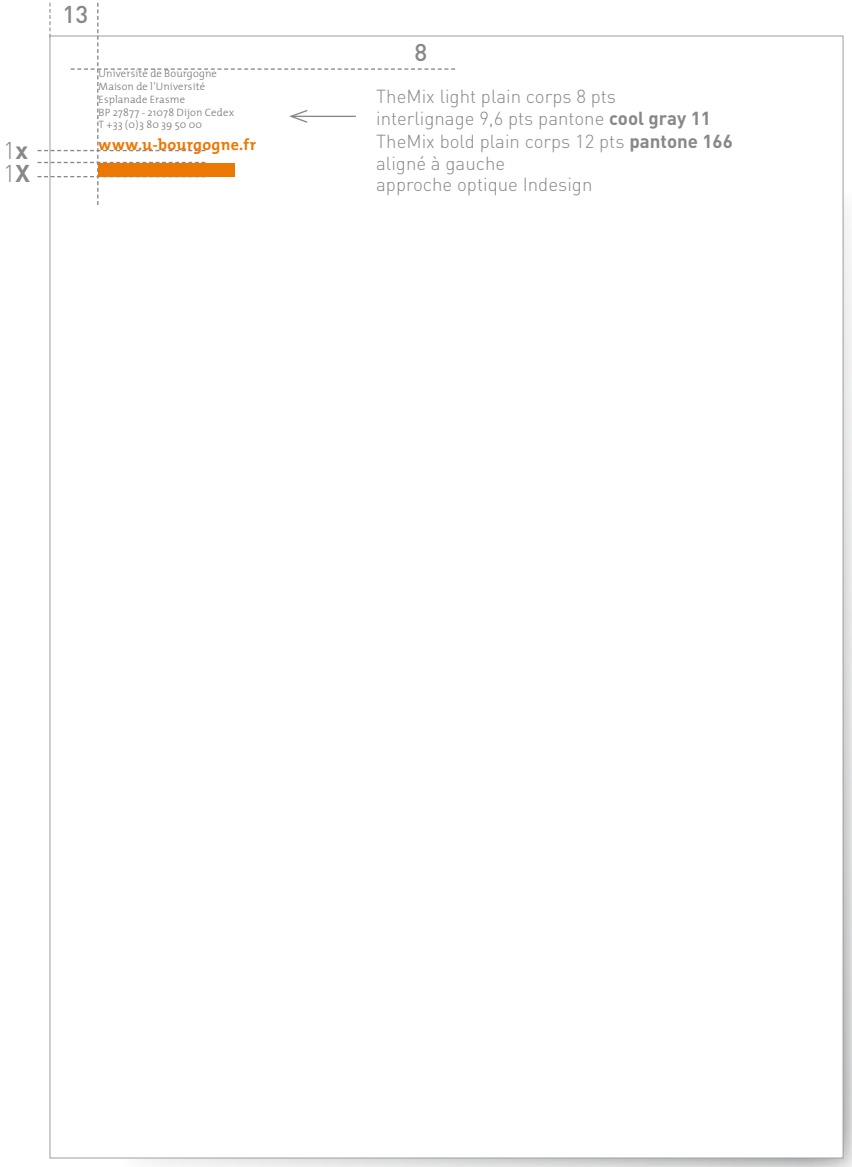
- La papeterie institutionnelle
- La papeterie des entités
- La papeterie des entités avec logo
- La papeterie des entités “multi-logos”

La papeterie institutionnelle 1/3

❶ PAPIER ENTÊTE A4 (x = 3,45 mm)



❷ SUITE PAPIER ENTÊTE A4 (x = 3,45 mm)

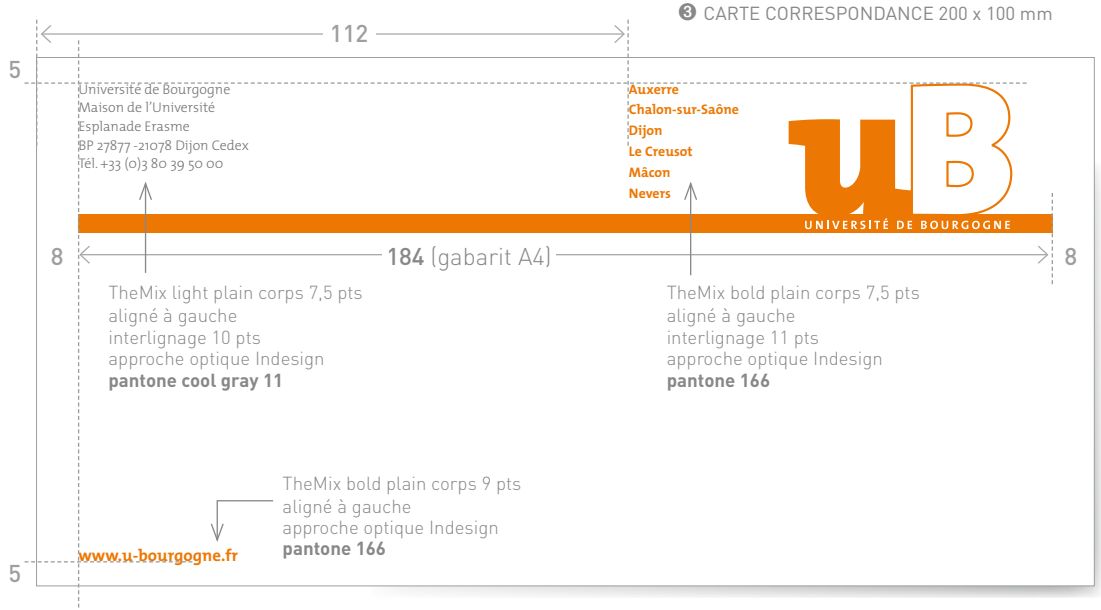


pantone 166 C

pantone cool gray 11

La papeterie institutionnelle 2/3

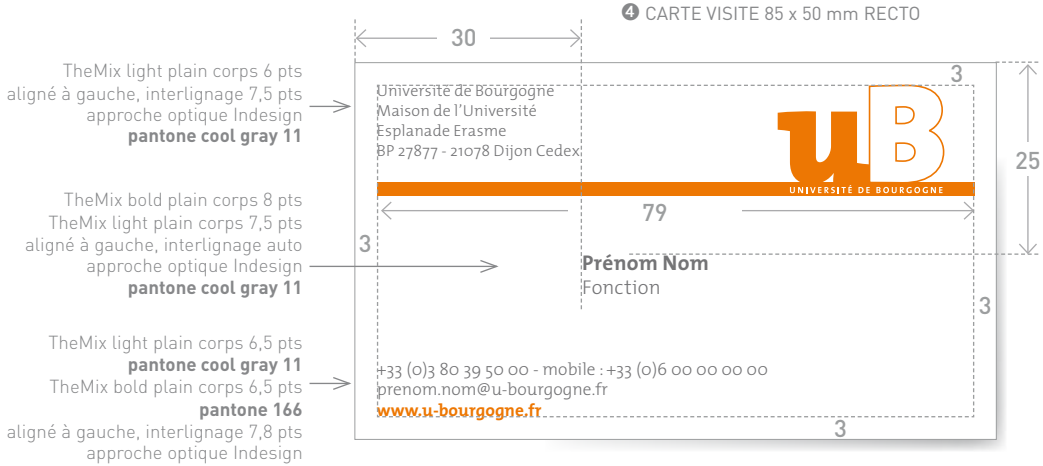
❸ CARTE CORRESPONDANCE 200 x 100 mm



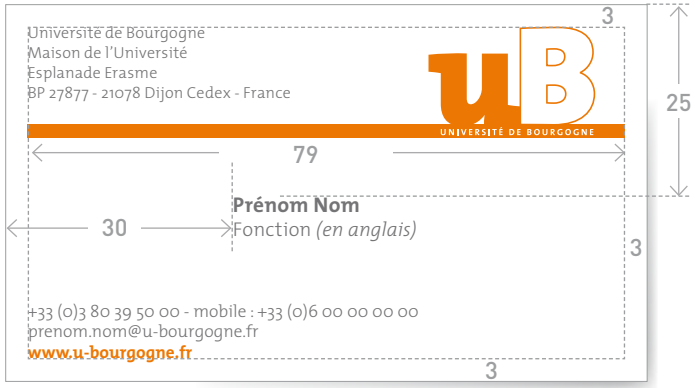
pantone 166 C

pantone cool gray 11

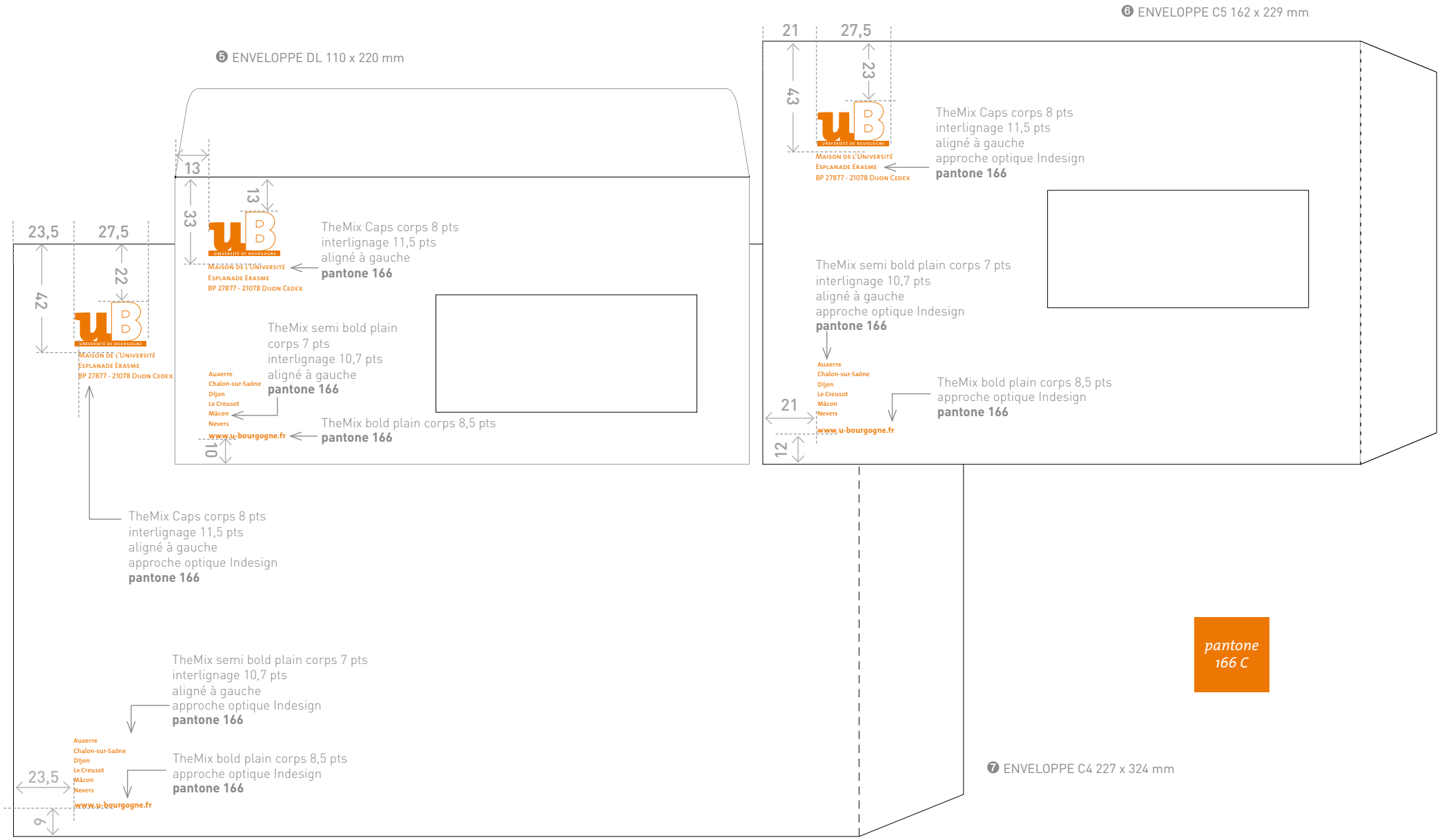
❹ CARTE VISITE 85 x 50 mm RECTO



❹ CARTE VISITE 85 x 50 mm VERSO anglais



La papeterie institutionnelle 3/3

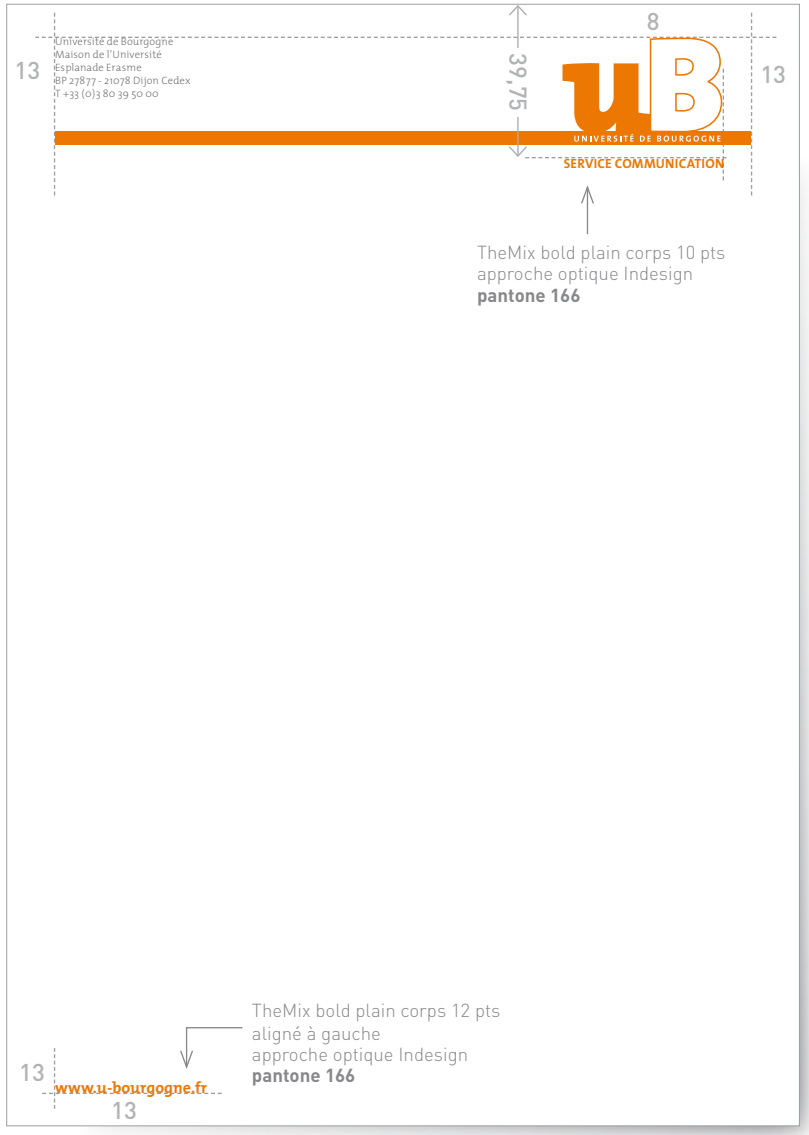


La papeterie des entités*

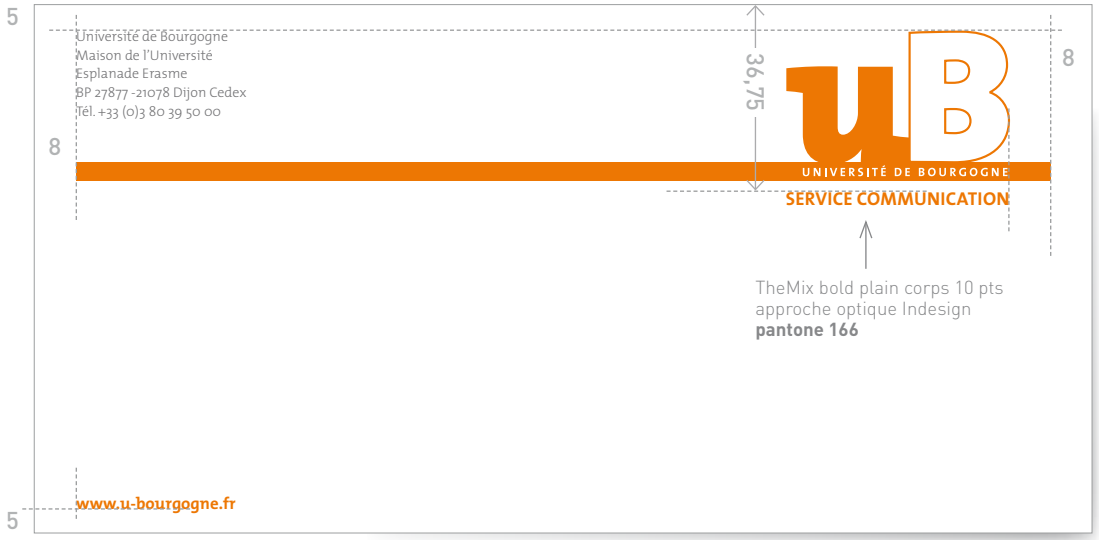
**On entend par entité, une composante (UFR, École, ...) un département ou un service.*

Entité sans logo

❶ PAPIER ENTÊTE A4 **1**



❷ CARTE CORRESPONDANCE 200 x 100 mm

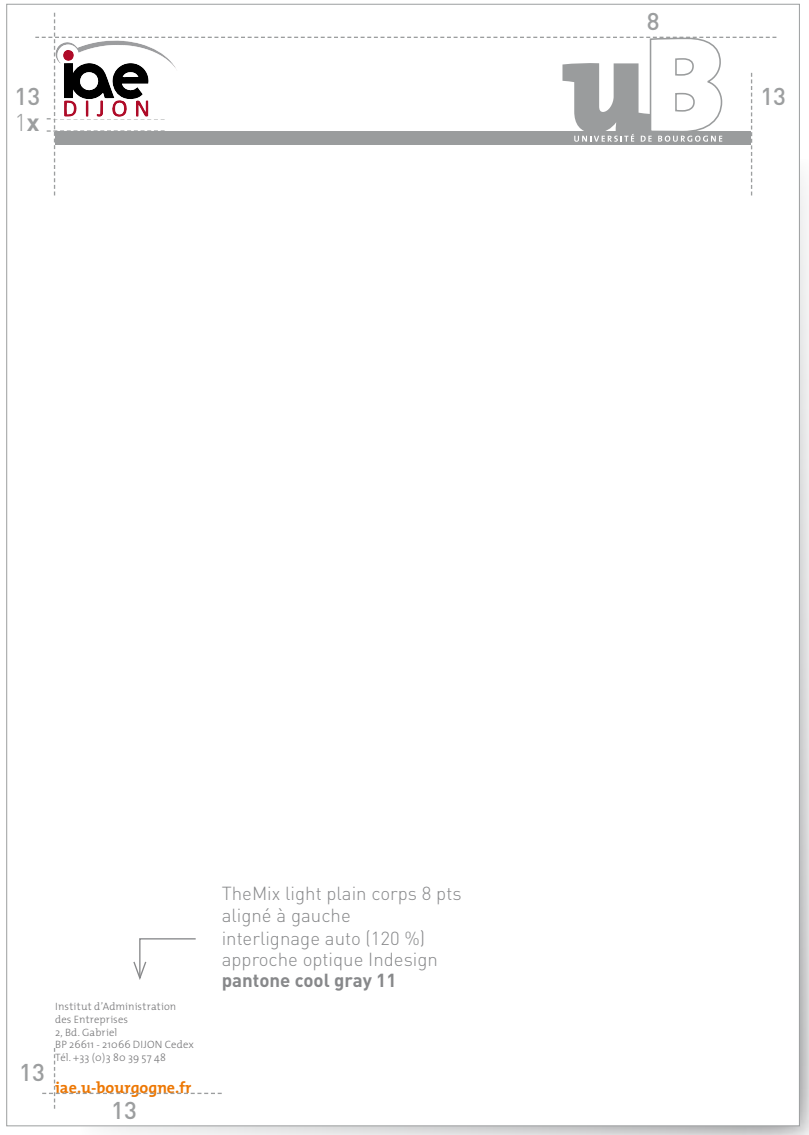


❸ CARTE VISITE 85 x 50 mm

La papeterie
des entités avec logo 1/2

Entité avec logo

❶ PAPIER ENTÊTE A4



❷ CARTE CORRESPONDANCE 200 x 100 mm

❸ CARTE VISITE 85 x 50 mm
RECTO SEUL

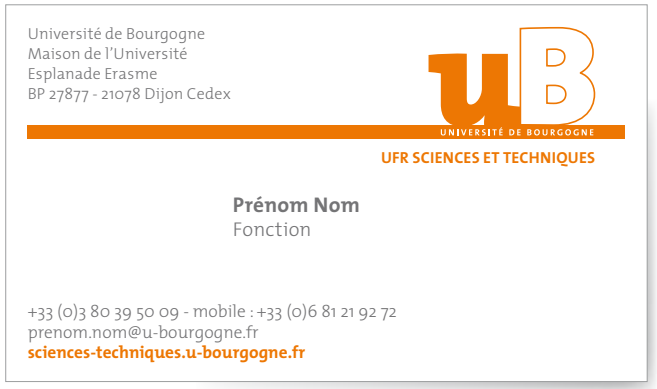
VARIANTE POSSIBLE,
VOIR PAGE SUIVANTE

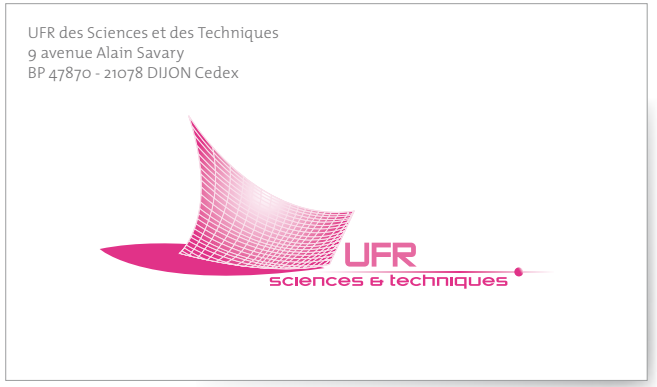
La papeterie
des entités avec logo 2/2

Variante carte de visite entité avec logo

❶ CARTE VISITE **1 ENTITÉ AVEC LOGO** - 85 x 50 mm
RECTO SEUL

❷ CARTE VISITE **1 ENTITÉ AVEC LOGO** - 85 x 50 mm
RECTO VERSO





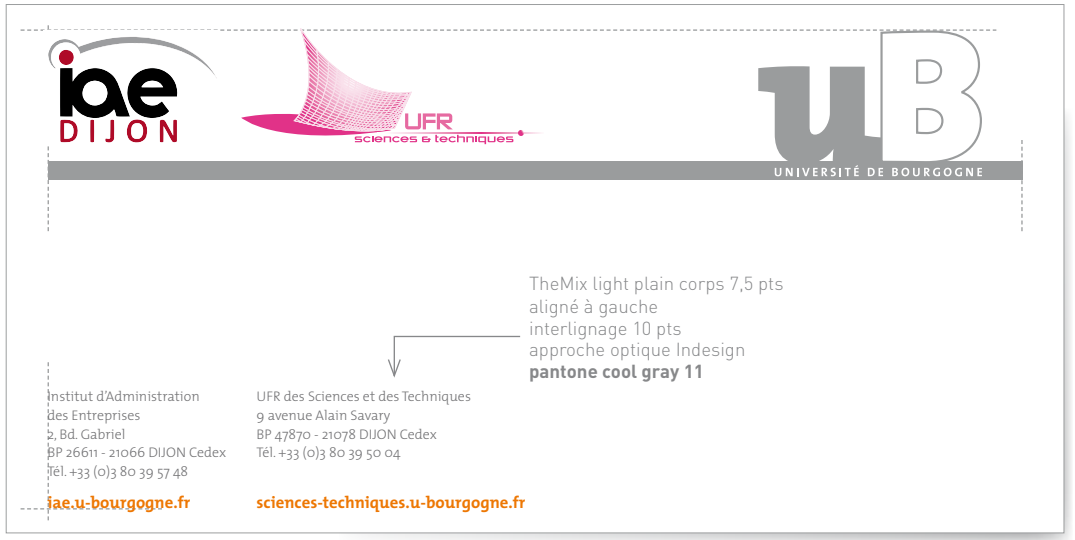
Remarque : la carte de visite **Entité** peut exister sous deux formes, soit recto seul (❶ ci-dessus) soit recto / verso (❷ ci-contre). L'emplacement et/ou la taille du logotype de l'entité sont à déterminer selon son dessin au cas par cas.

La carte de visite associant **plusieurs entités** (voir page suivante) est par contre **obligatoirement recto / verso**, avec logotypes et coordonnées des entités sur une face, logotype uB, coordonnées de l'université, dénomination des entités, prénom et nom, fonction, téléphone et courriel sur l'autre.

La papeterie des entités avec multi-logos

Plusieurs entités avec logo

❶ PAPIER ENTÊTE A4



❷ CARTE CORRESPONDANCE 200 x 100 mm

❸ CARTE VISITE 85 x 50 mm
RECTO VERSO

4. Signalétique

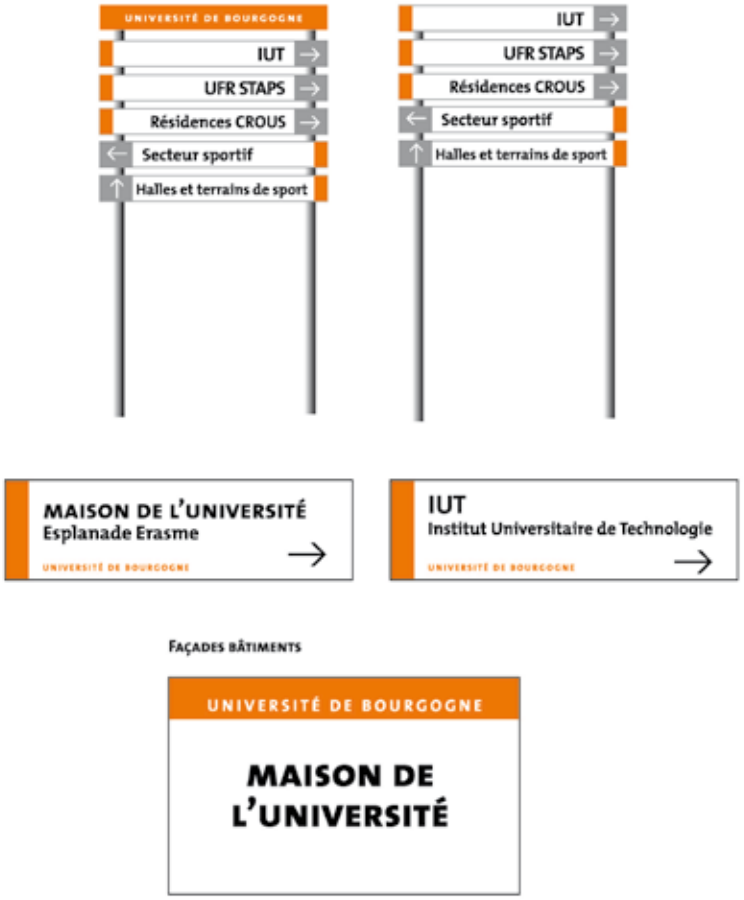
- La signalétique sur le campus
- La signalétique sur les bâtiments
- La signalétique intérieure

Totem exterieur

Panneaux portiques

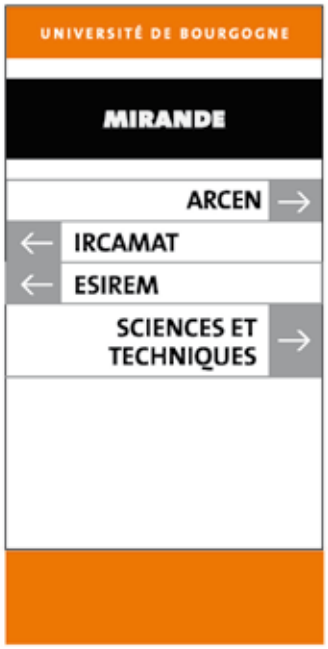
Panneaux sur pieds

Flèchage carrefours campus



Façades bâtiments

Signalétique façade ou hall bâtiment



Signalétique étages bâtiments

RDC - Ascenseur

Rappel aux étages

Portes bureaux

5. Commander et produire vos supports de communication

- Papeterie
- Objets et textiles marqués
- Créer des documents
- Créer un site web
- Signalétique
- Photographie
- Commande de publications uB
- Autres commandes

Commander et produire vos supports de communication 1/2

Rendez-vous sur le site du service communication : http://communication.u-bourgogne.fr

Pour tous vos projets (édition, objets marqués, sites web, etc...), ayez le reflexe de contacter le(la) chargé(e) de communication de votre entité (voir les noms des membres réseau des communiquants uB dont vous trouverez la liste sur le site de la communication)

Papeterie

FORMULAIRE (IMPRIMEUR)

Un formulaire est à votre disposition pour commander vos cartes de visite, cartes de correspondance, têtes de lettre, enveloppes. Après l'avoir complèté, il suffit de le transmettre avec votre BDC au fournisseur en lui indiquant bien l'adresse de livraison.

Pour chaque demande, le fournisseur crée la maquette et vous la fait valider en PDF avant impression. Vous validez le contenu et Virginie Fidon, la graphiste, valide la forme.

Les tarifs d'impression sont indiqués sur le formulaire.

STANDARDS

Vous pouvez télécharger des fichiers «standards» pour les têtes de lettre et suites de lettre (pour impression sur imprimante bureau) en couleur et noir et blanc.

Accès papeterie et standards : intranet/communication/ressources ou via http://communication.u-bourgogne.fr

Contact papeterie : virginie.fidon@u-bourgogne.fr

Objets et textiles marqués

BOUTIQUE UB

Pour vos commandes "à la pièce" : 2 points de vente sur le campus de Dijon : Maison de l'Etudiant et Maison de l'Université. Également au Creusot.

Achat possible via un bon de commande interne.

Egalement en ligne pour le public : www.boutique-ubourgogne.com

MARQUAGE PERSONNALISÉ

Pour une personnalisation (marquage avec le nom de votre entité, le nom de votre évènement, etc...),

rdv sur : www.promo-u-bourgogne.com / commande personnalisée / service administratif / mot de passe - ***mail : contact@promo-ubourgogne.com***

ou chez un fournisseur de votre choix : Attention alors de bien lui transmettre la charte graphique uB.

Contact boutique : marie.nicolas@u-bourgogne.fr

Créer des documents

STANDARDS

Des standards «indesign» sont à votre disposition pour réaliser : affiches, plaquettes diplômes, plaquette entité, fonds powerpoint, ...

Des «calibrages» (nombre de signes à respecter) sont indiqués pour préparer vos contenus selon les supports.

Vous pouvez les télécharger via le site http://communication.u-bourgogne.fr

Soit vous entrez vous-même vos contenus (si vous avez un logiciel Indesign), soit, vous pouvez faire appel au chargé de communication de votre entité (voir réseau des communiquants uB) ou vous pouvez encore faire appel à un infographiste (nous pouvons vous procurer les contacts de prestataires externes).

CRÉATION

Vous souhaitez éditer un document hors «standards» ? Le service communication vous donne le nom de prestataires qui ont déjà travaillé pour l'uB et qui connaissent les normes graphiques. Vous êtes en contact direct avec le prestataire qui vous fera un devis et vous prendrez contact avec les imprimeurs (le service communication peut vous transmettre des coordonnées et valide la maquette finale afin d'assurer le respect de la charte).

Contact papeterie : virginie.fidon@u-bourgogne.fr

Créer un site web

KITS WEB

Le service communication met à votre disposition un kit web complet vous permettant de créer votre propre site et de gérer votre information de manière autonome. Ces kits favorisent l'émergence d'un réseau de sites internet homogène et cohérent.

Contact : nicolas.popovic@u-bourgogne.fr

FACEBOOK

Si vous envisagez la création d'un espace facebook, prenez contact avec la community manager qui vous conseillera et vous transmettra un standard.

Contact réseaux sociaux : caroline.chanlon@u-bourgogne.fr

Commander et produire vos supports de communication 2/2

Rendez-vous sur le site du service communication : http://communication.u-bourgogne.fr

Signalétique

La signalétique du campus est en cours de révision en 2013.

Contact : dominique.annet@u-bourgogne.fr

Photographie

PHOTOTHÈQUE

Vous avez besoin de photos pour illustrer vos documents ou pages web uB ?

Consultez la photothèque de l'uB : http://phototheque.u-bourgogne.fr

COMMANDE PERSONNALISÉE

Nous pouvons vous mettre en relation avec des photographes ayant déjà travaillés pour l'uB.

Ordre de prix pratiqués (à ajuster au cas par cas) :

- Reportage de +ou- 1h : environ 200 euros HT
- Demi journée : environ 350 euros HT
- Journée : environ 600 euros HT

Commande de publications uB

Les publications sont accessibles en format pdf sur le site de l'uB.

Le(la) Responsable Administratif(ve) ou le(la) chargé(e) de communication de votre entité dispose de documents institutionnels (s'il en a fait la demande).

Autres commandes

- **VIDÉOS :** *s'adresser à La Passerelle*

http://ccrem.u-bourgogne.fr

- **TRADUCTIONS :** *s'adresser au Centre de Langues (CLANG)*

http://clang.u-bourgogne.fr

- **ÉDITION DE LIVRES :** *s'adresser aux EUD (Éditions Universitaires de Dijon)*

http://eud.u-bourgogne.fr

- **VINS UB :** *s'adresser à l'IUVV (Institut Universitaire de la Vigne et du Vin)*

http://iuvv.u-bourgogne.fr