

# IDENTITÉ POLYMORPHE

**Université Pasteur**  
Bourgogne Franche-Comté

# SOMMAIRE

<b>Analyse de l'existant</b>	<b>4</b>
Organigramme	4
Logo et site web	5
Gabarit produit	6
<b>Analyse concurrentielle</b>	<b>8</b>
Université de Nantes	8
Université de Grenoble Alpes	10
Université de Bourgogne	12
Université de Rennes	14
INSA Toulouse	16
Université La Sorbonne	18
<b>Analyse graphique d'un système polymorphe</b>	<b>20</b>
Université de Lille	20
Cohere	22
San Francisco Symphony	24
<b>Définition des valeurs</b>	<b>26</b>
Innovation et modernité	26
Ouverture d'esprit et diversité	26
Innovation et modernité	27
Ouverture d'esprit et diversité	27
Excellence académique	28
Engagement envers la durabilité environnementale	28
<b>Recherches créatives</b>	<b>30</b>
Choix graphique	30
Moodboard	31
Croquis	32
Tests FIGMA	34
<b>Charte graphique</b>	<b>36</b>
Logo	36
Repères	37
Couleurs	38
Typographie	38
Responsive	39
Déclinaisons (couleurs)	40
<b>Mockup</b>	<b>42</b>
Affiches publicitaires	42
Réseaux sociaux et app	44
Objets publicitaires	46

ANALYSE DE L'EXISTANT

Organigramme

L'Université de Franche-Comté est divisé en deux grandes entités : les Instituts et Ecoles et les Facultés (UFR). Il existe ensuite différents Instituts et Ecoles et UFR au sein des- quels coexiste plusieurs formations.

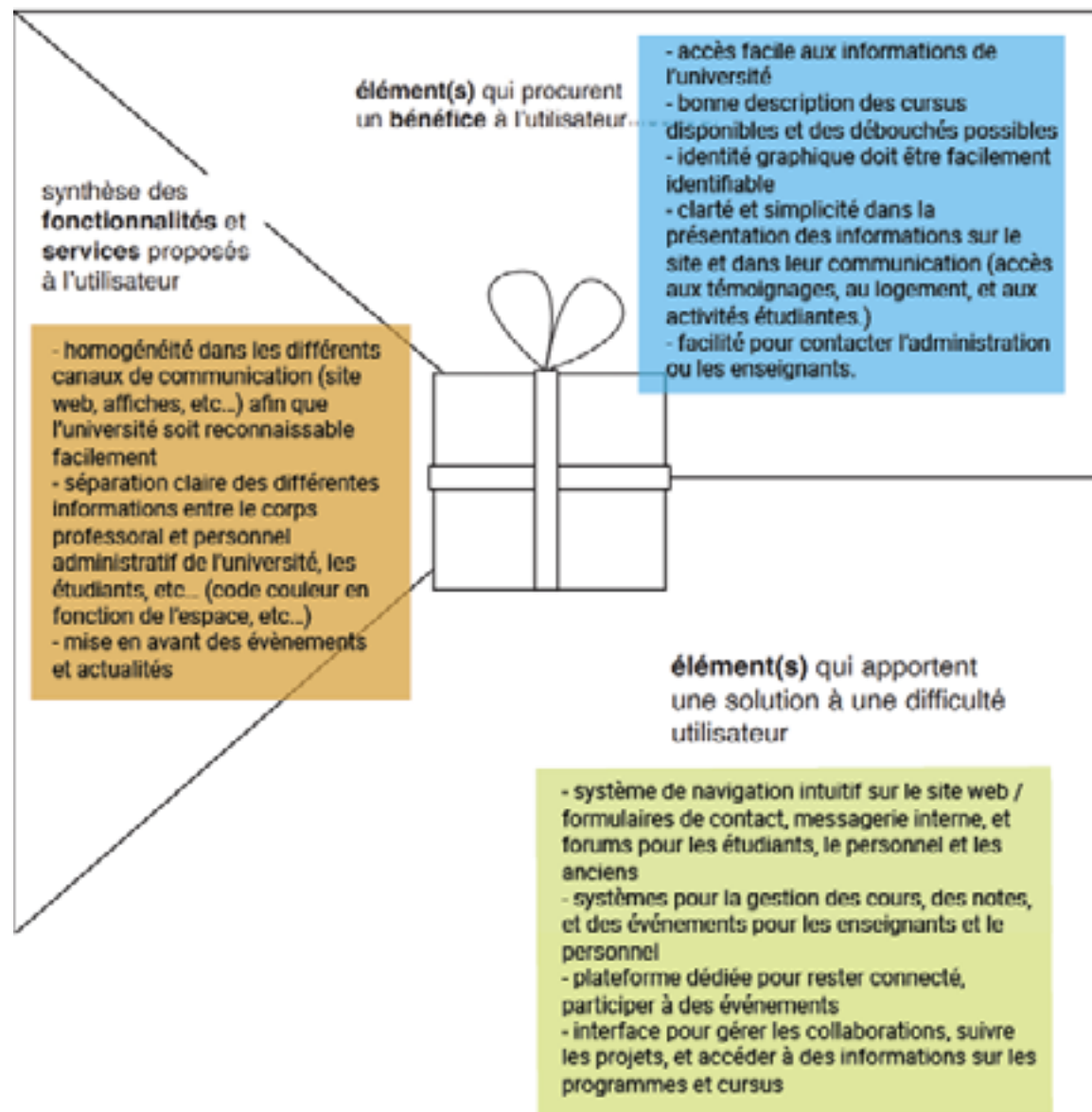


Logo et site web

L'identité graphique de l'Université de Franche-Comté est assez classique, la typographie est « Helvetica » et les couleurs n'ont pas vraiment de cohérence. En effet, il y a beaucoup trop de couleurs et parfois ce ne sont que des variations d'une même couleur comme le rouge ou le gris. Le logo reste lui aussi très simple mais un travail a été fait avec le « U » du mot « université » qui est repris pour former un arc de cercle présent à plusieurs endroits dans le logo. En revanche, il existe un logo pour l'université de Franche-Comté et un logo pour l'université de Bourgogne Franche-Comté ce qui rend difficile la compréhension de la structure.



## Gabarit produit



## Carte d'empathie



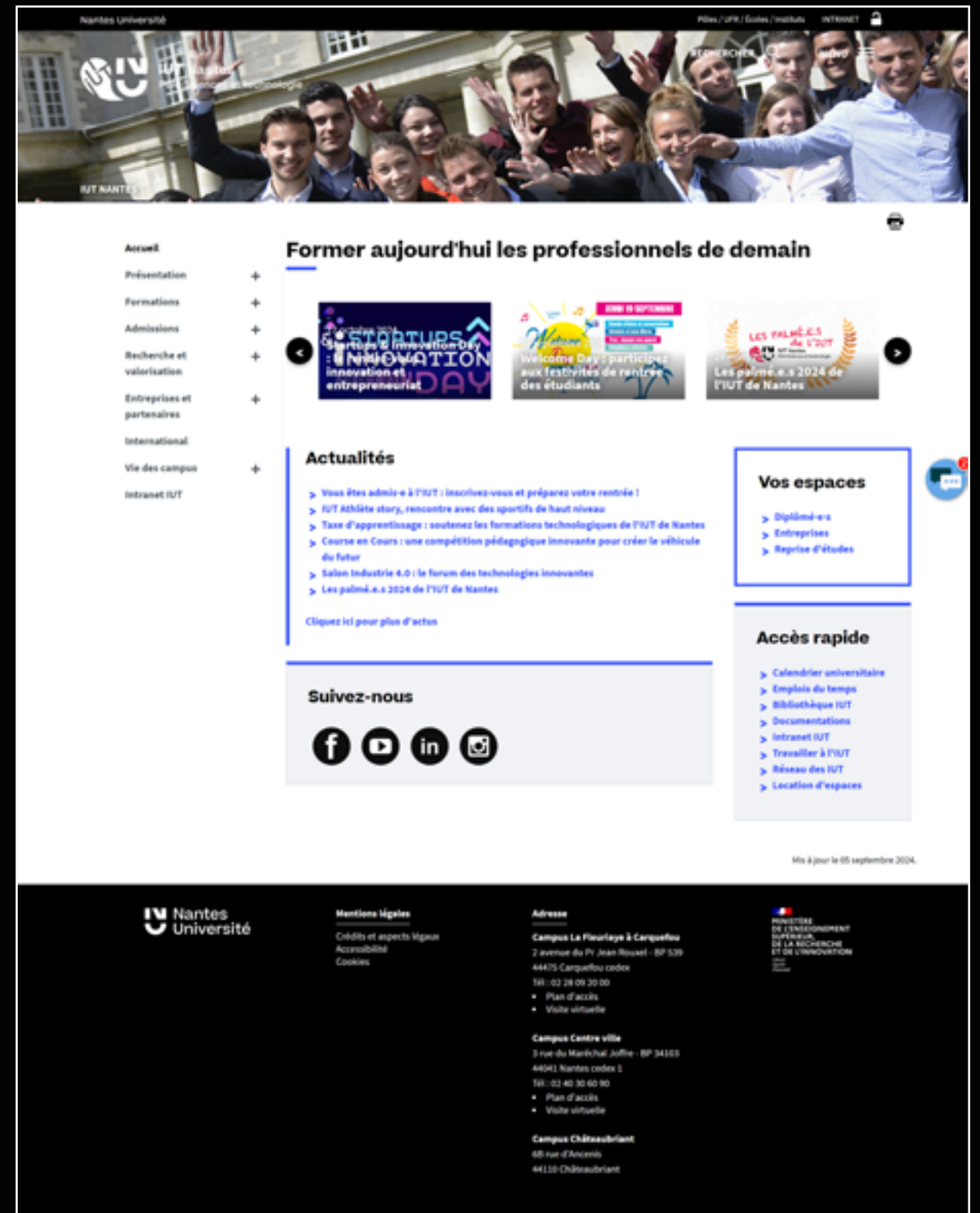
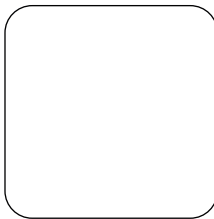


# ANALYSE CONCURRENTIELLE

## Université de Nantes

Le logo de l'université de Nantes reflète les valeurs de l'institut avec son design moderne et épuré. Sa simplicité incarne la sobriété et la rigueur. Le bleu utilisé symbolise la confiance et le sérieux.

Le site web, en harmonie avec le logo, est simple, sobre et informatif. Peu d'éléments graphiques sont présents, mettant l'accent sur l'essentiel. Le bleu renforce l'image de modernité et de sérieux de l'IUT.

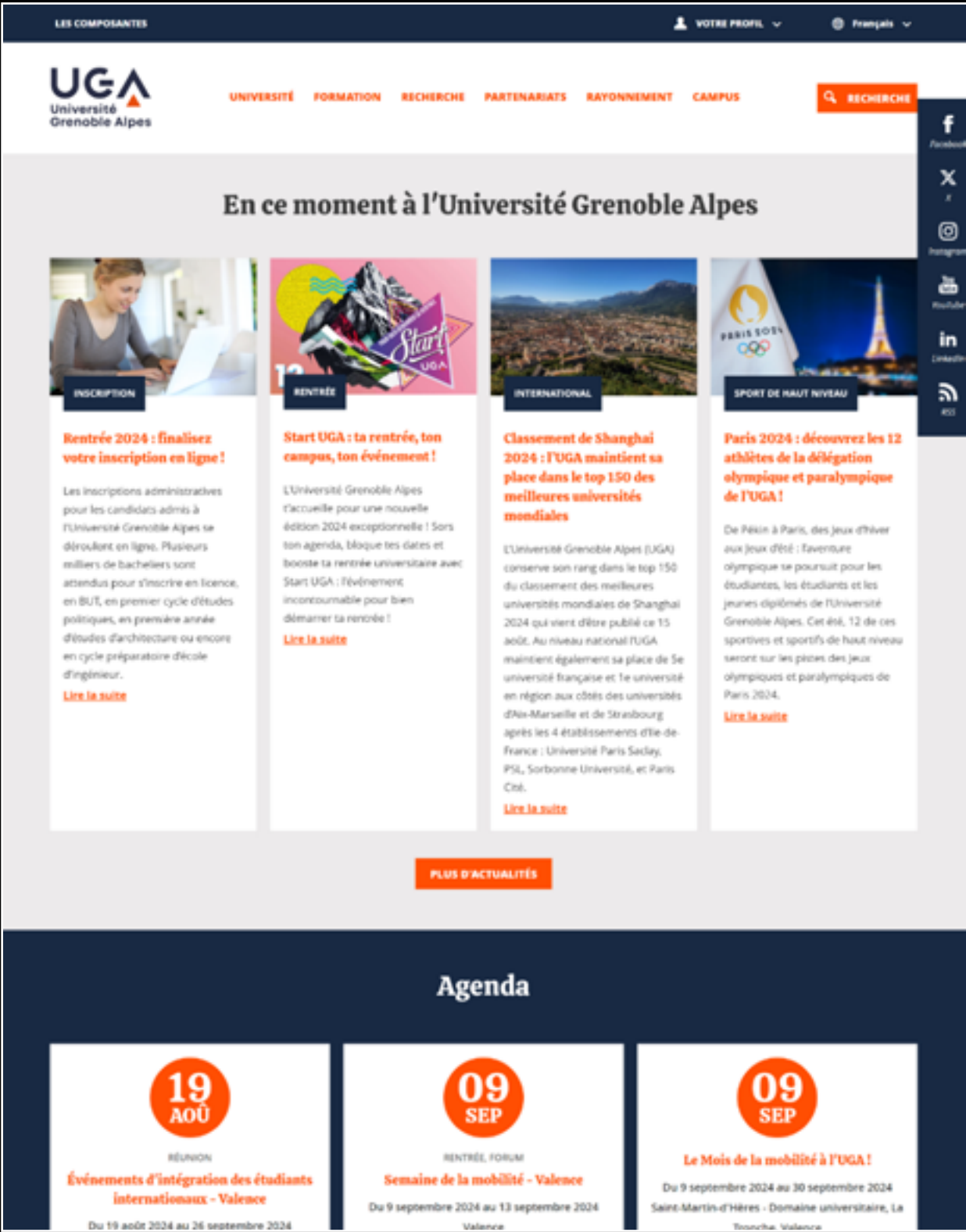


## Université de Grenoble Alpes

Le logo de l'Université de Grenoble Alpes reflète également la modernité et la technologie avec des couleurs plus chaudes. Le site est conçu pour être le plus informatif possible, ce qui confère à l'université un aspect à la fois sérieux, moderne et technologique.

Cependant, le site reste très simple et minimaliste, avec certains éléments dont la taille n'est pas adaptée (par exemple, la carte est beaucoup trop grande).

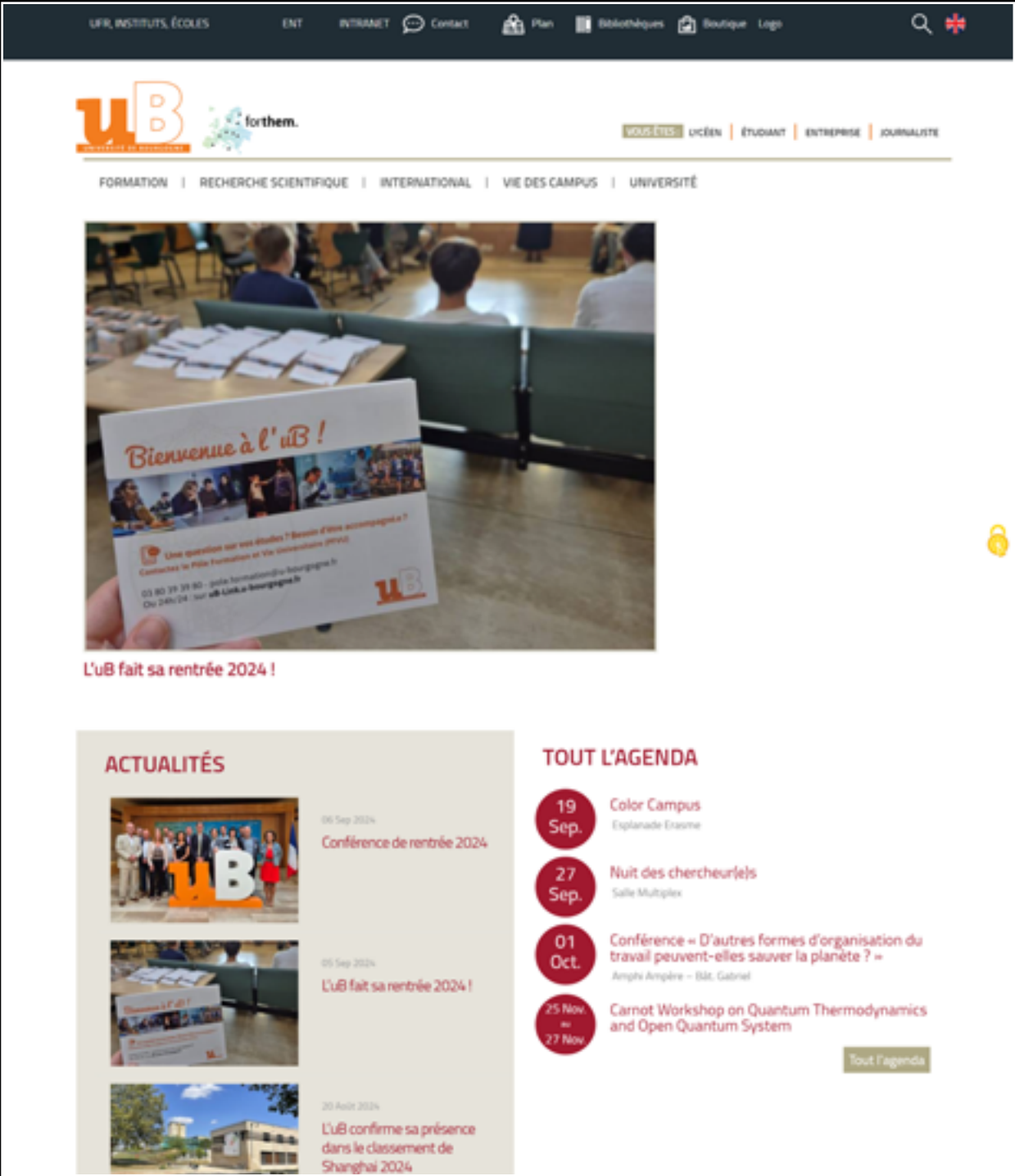
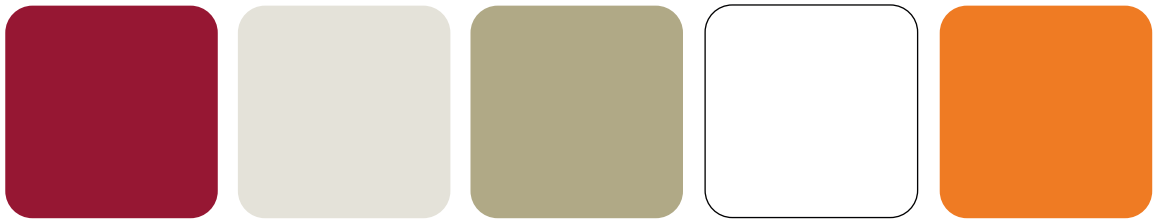
Ce minimalisme facilite la recherche d'informations, mais visuellement, le site manque d'attrait.



# Université de Bourgogne

Le logo / le site de l'Université de Bourgogne a un aspect plus ancien avec des couleurs ternes et un design plus conventionnel. Cela donne une image un peu vieillissante de l'université.

Le site contient de nombreux points négatifs, avec des bugs tels que cliquer sur un lien qui ouvre une autre fenêtres, des textes coupés, des éléments et organisations non cohérents ainsi que des sections qui ne fonctionnent tout simplement pas (boutique).



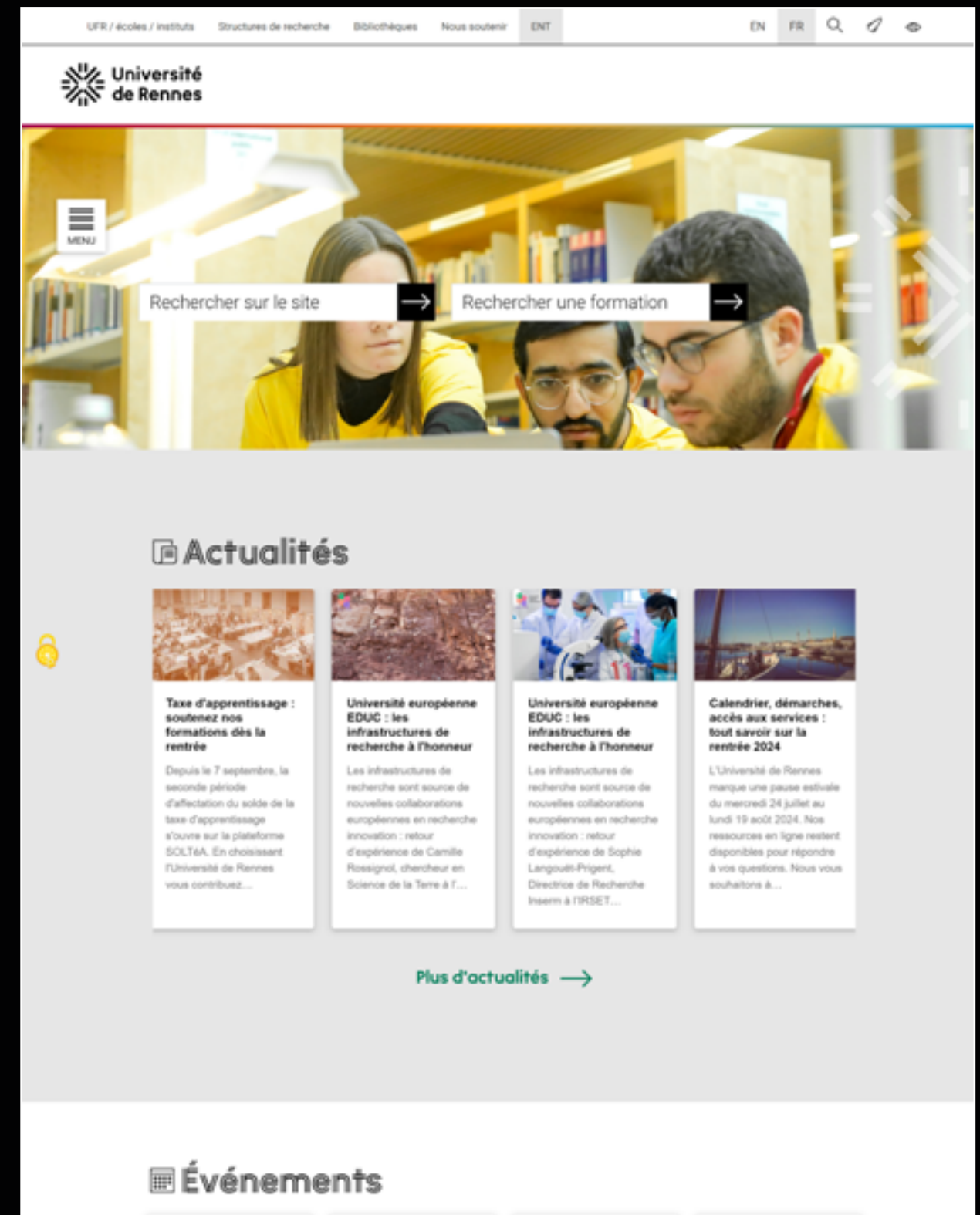


## Université de Rennes

Un site clair et informatif avec une identité visuelle principalement transmise à travers la typographie. Bien que le logo soit moderne, l'apparence générale du site reste assez traditionnelle et manque de modernité. L'utilisation des dégradés peut être déconcertante à certains endroits, et le site lui-même manque de couleur, ce qui empêche les boutons de suffisamment ressortir.

Le site est cependant très accessible, avec des options de contraste et la possibilité de choisir parmi différentes langues...

Le logo et ses déclinaisons donnent une impression de modernité à l'université ce qui peut faire référence au futur que représente les étudiants. En revanche l'aspect plus vieux du site vient contredire cela en donnant un côté plus vieux et plus sérieux à l'université.





## INSA Toulouse

Le logo de l'INSA est très conventionnel ce qui donne un aspect très sérieux. Le site est quant à lui très cadré avec des informations claires, concises et rangées dans un ordre logique.

De nombreuses couleurs et éléments graphiques viennent s'ajouter pour les différencier chaque élément. Tout ceci donne une impression de confiance, de sérieux et de technologie.



## Université La Sorbonne

Le logo est moderne, reprenant l'architecture de la Sorbonne. Le site est également moderne et graphique, avec une très bonne organisation. Il propose des fonctionnalités utiles telles que des accès directs et des fenêtres cliquables pour chaque parcours, avec des couleurs correspondantes : le jaune pour les formations en lettres, le bleu pour les sciences, le rouge pour la santé, et le blanc, symbole de neutralité, pour représenter l'université.

Les images sont bien choisies et reflètent une ambiance positive, image de solidarité et d'apprentissage. L'organisation des éléments est efficace, permettant de trouver les informations facilement.

Cependant, les fonctionnalités avancées peuvent être difficiles à intégrer sur un site, notamment lorsque celui-ci utilise une mise en page complexe par moments.







## Cohere

L'identité graphique de Cohere a été conçue par Pentagram. L'idée principale de cette nouvelle identité était de représenter un aspect futuriste et novateur. En effet, Cohere se base sur la technologie de l'IA linguistique ce qui lui confère un aspect futuriste.

Ainsi l'identité graphique se base sur des blocs arrondis avec un mouvement constant quand cela est possible. La typographie se compose de ces blocs mis côte à côte pour former les lettres. Une gamme de couleurs pastel a été utilisée afin de correspondre à la modernité tout en ayant de la sobriété et de la douceur.

Les formes et les couleurs évoluant constamment en fonction des supports, ce système est donc bien polymorphe. La typographie étant composée des blocs arrondis mis côte à côte, elle évolue également en fonction du support.

### Points positifs :

- très reconnaissable
- très coloré
- la version 2D est facilement déclinable sur plusieurs supports
- moderne et novateur

### Points négatifs :

- difficile à mettre en place et à décliner par son aspect 3D en mouvement





## San Francisco Symphony

Pour les 108 ans du San Francisco Symphony, Collins s'est allié au conservatoire pour créer une nouvelle identité graphique. Cette dernière a été conçue dans l'optique d'allier le passé et le futur du conservatoire.

Ainsi une typographie assez sobre et « ancienne » a été utilisée. Celle-ci a ensuite été déclinée en utilisant la typographie variable afin de faire varier la taille et l'inclinaison des lettres comme si elles bougeaient au rythme d'une musique. De même les couleurs choisies restent sobres avec des lettres en noir sur fond blanc.

Le système polymorphe se base principalement sur le changement de taille et d'orientation des lettres du logo. Les deux couleurs changent parfois mais en gardant un aspect épuré avec un fort contraste entre le texte et le fond.

### Points positifs :

- reconnaissable facilement avec le changement de taille des lettres dans le mot
- typographie simple donc facile à intégrer et à décliner avec différentes couleurs
- sobre et épuré donc représente bien l'idée qu'on se fait d'un conservatoire vieux de 108 ans
- l'aspect animé avec la typographie variable donne un aspect plus moderne qui tranche bien avec le côté plus ancien de la typographie

### Points négatifs :

- sans l'animation des lettres, le logo fonctionne moins bien
- logo sans symbole, uniquement avec le titre « SF Symphony » donc ne fonctionne pas bien sur des supports où il est petit car trop difficile à lire (le site web, certaines affiches, etc...)



# DÉFINITION DES VALEURS

## Innovation et modernité

Tout d'abord la principale valeur que l'université se doit de transmettre avec son identité graphique est **l'innovation et la modernité**. En effet, cette dernière est composé d'une **multitude de filières et de labo de recherche**. De plus, afin d'attirer de nouveaux étudiants elle se doit de se renouveler et d'offrir une **vision moderne** de l'éducation. A travers ces deux valeurs elle pourra donc intégrer la recherche tout en attirant une nouvelle génération d'étudiants.

Pour ce faire, des **formes géométriques modernes** comme des arrondies ou des carrées pourront être mis en place. Le système polymorphe qui permettra à l'identité graphique de **s'adapter à plusieurs supports** donnera, elle aussi, un aspect moderne en représentant sa capacité à s'adapter aux évolutions.

## Ouverture d'esprit et diversité

La seconde valeur importante pour l'université est **l'ouverture d'esprit et la diversité**. Etant une université composé d'une multitude de filières, de labo de recherche, etc... la diversité et l'ouverture d'esprit sont essentielles **pour que tout le monde soit intégré sous une même bannière**. De même, cela pourrait intégrer l'ouverture à l'international et l'ouverture aux autres universités de France. Enfin, l'université se doit de montrer son ouverture d'esprit et sa diversité afin que chaque personne sache qu'elle est ouverte à la nouveauté.

Cela pourrait être traduit par une **diversité de couleurs** et une **déclinaison des formes** à travers les différents supports de communication. De même l'identité graphique **ne doit pas représenter un lieu spécifique** afin que toutes les filières composant l'université se sentent intégrées.

## Innovation et modernité



## Ouverture d'esprit et diversité



## Excellence académique

La valeur de l'**excellence académique** est également importante pour que les futurs étudiants aient envie de venir étudier à l'université de Franche-Comté, pour que les étudiants actuels soient fiers de leur école et trouvent facilement du travail après et pour que les personnes veuillent travailler dans les établissements, que ce soit en tant qu'enseignant, chercheur ou personnel administratif. De même, une entreprise souhaitant créer un partenariat avec l'université sera plus rassurée si l'identité graphique représente une excellence académique.

Cette valeur peut être représentée par un **style épuré** dans l'identité graphique avec un blason ou un signe reconnaissable qui pourra être utilisé comme **emblème**. La typographie peut aussi être épurée et les **couleurs très sobres**. Une forme représentant l'excellence peut aussi être utilisée comme le symbole du livre ouvert de l'université de Lille.

## Engagement envers la durabilité environnementale

L'**engagement envers la durabilité environnementale** est une valeur très actuelle et qui va prendre de plus en plus d'importance dans les années à venir. Les gens sont de plus en plus sensibles à ce sujet et ils vont de plus en plus prendre en compte ce critère dans leur choix de travail ou d'étude. Il est donc très important de représenter ce sujet dans les supports de communication.

D'un point de visuel, il n'est pas forcément nécessaire et possible d'ajouter une couleur qui face référence au développement durable, surtout si d'autres couleurs sont déjà utilisées. En revanche, **le choix de la typographie peut être fait en fonction de son impact environnemental** avec le moins d'épaisseur possible sur les lettres par exemple. De même, **les couleurs choisies doivent être respectueuses de l'environnement** en évitant par exemple les fonds de couleurs unies quand le support est destiné à être imprimé.

## Excellence académique



## Engagement envers la durabilité environnementale



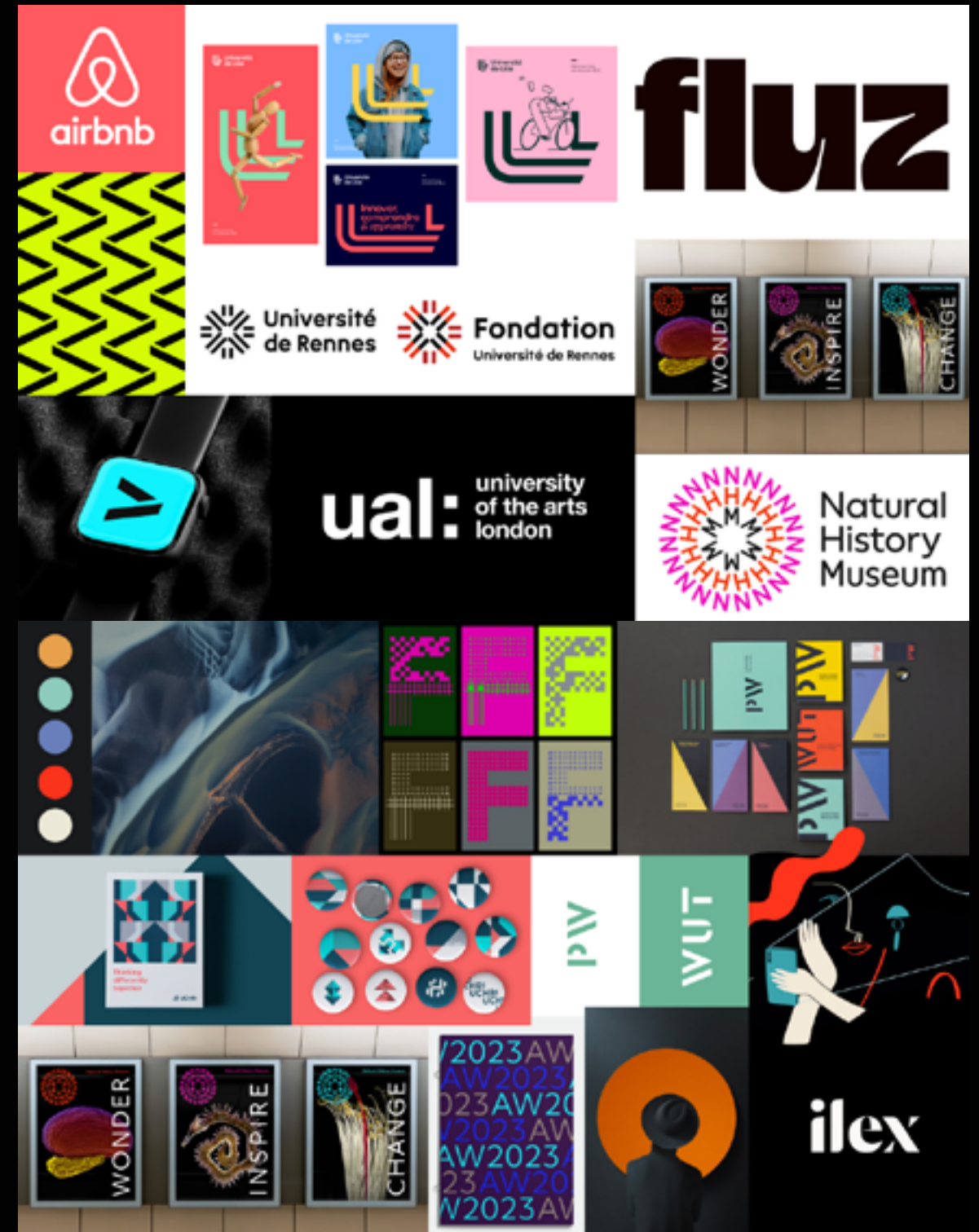


# RECHERCHES CRÉATIVES

## Choix graphique

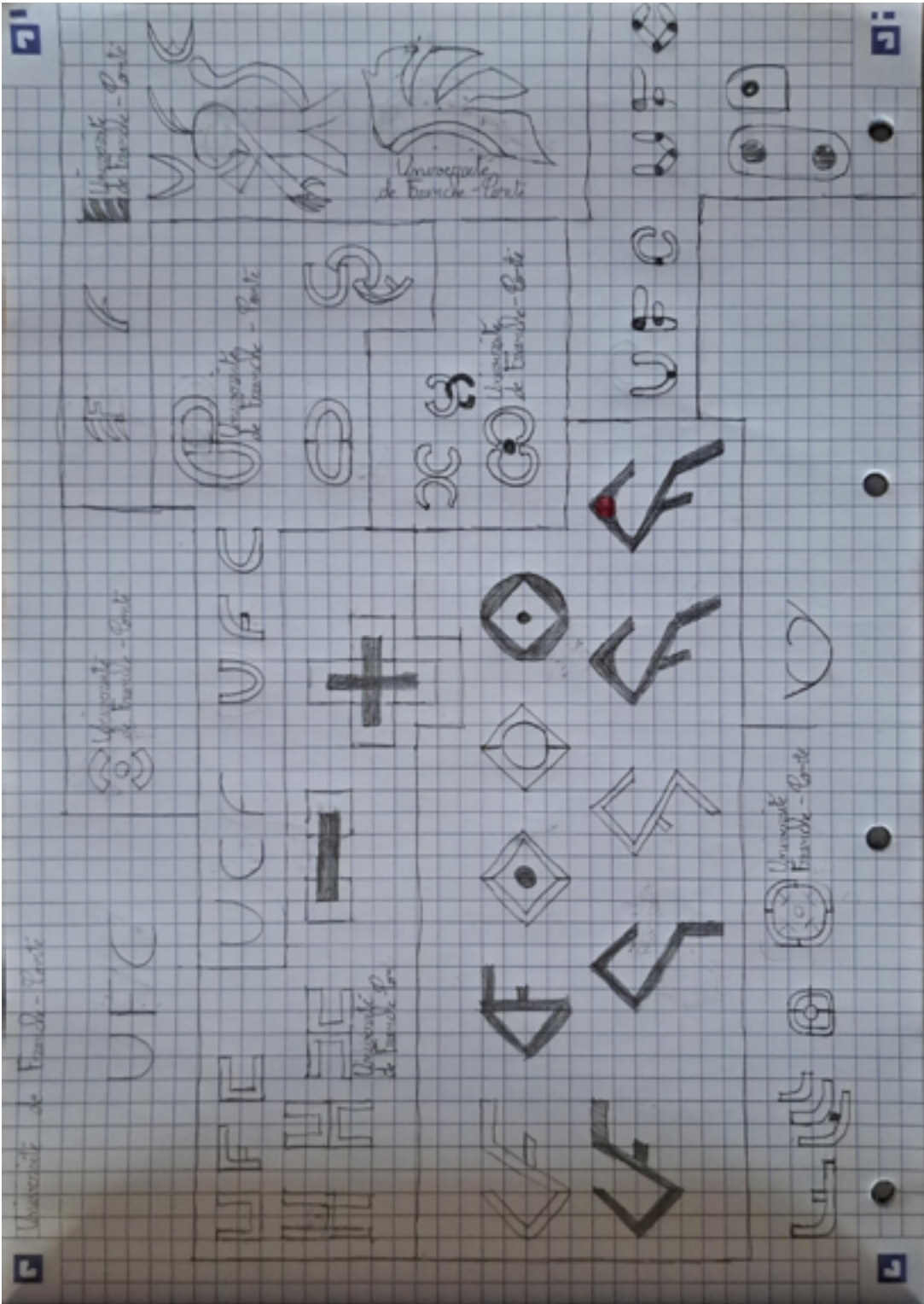
Je souhaite faire un logo simple mais épuré, reconnaissable et déclinable facilement. Le logo devra être graphique en jouant sur des formes simples ce qui donnera un côté moderne et épuré. Il devra se décliner avec n'importe quelles couleurs de fond afin de faire référence à la diversité de l'université.

## Moodboard

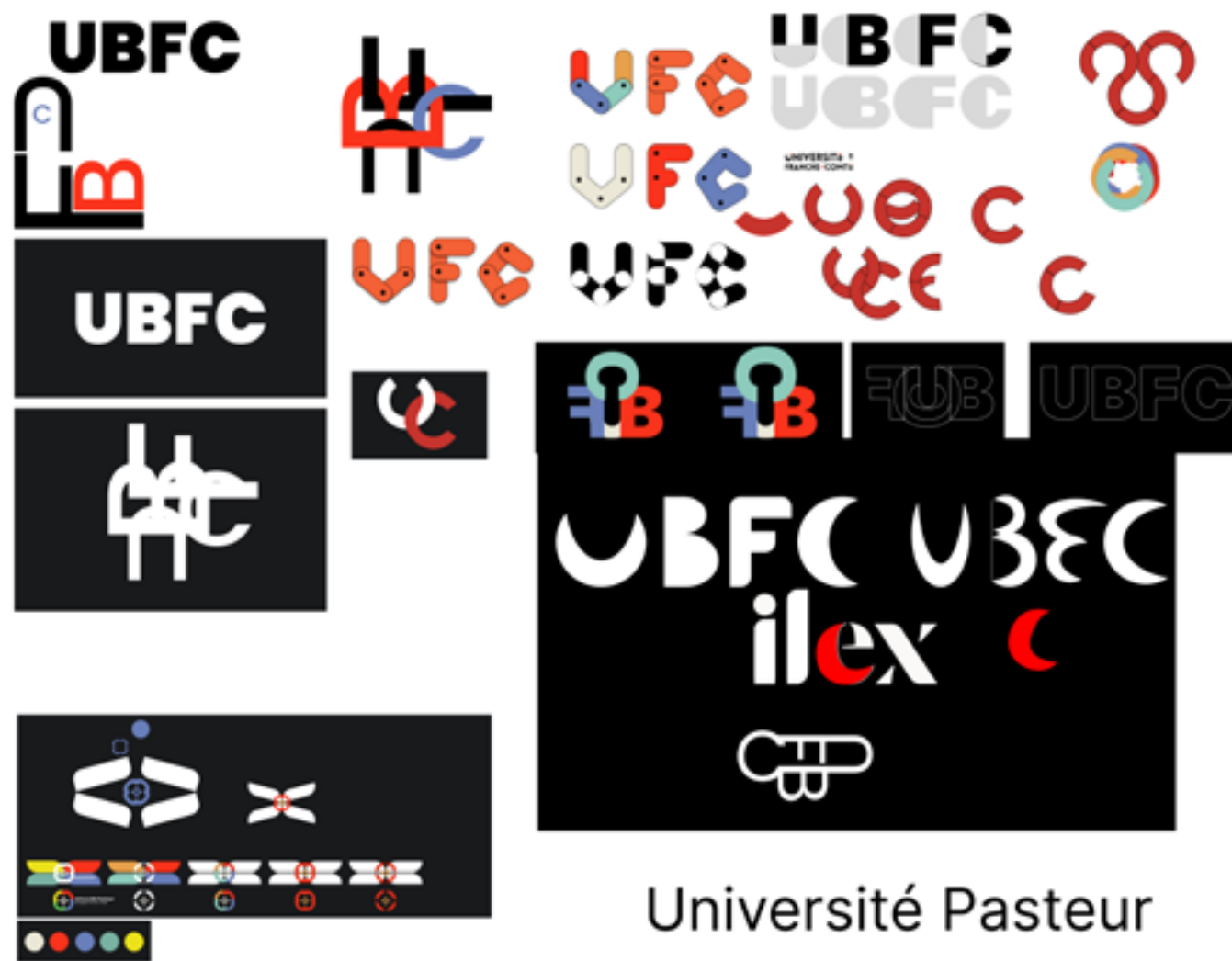




Croquis



## Tests FIGMA



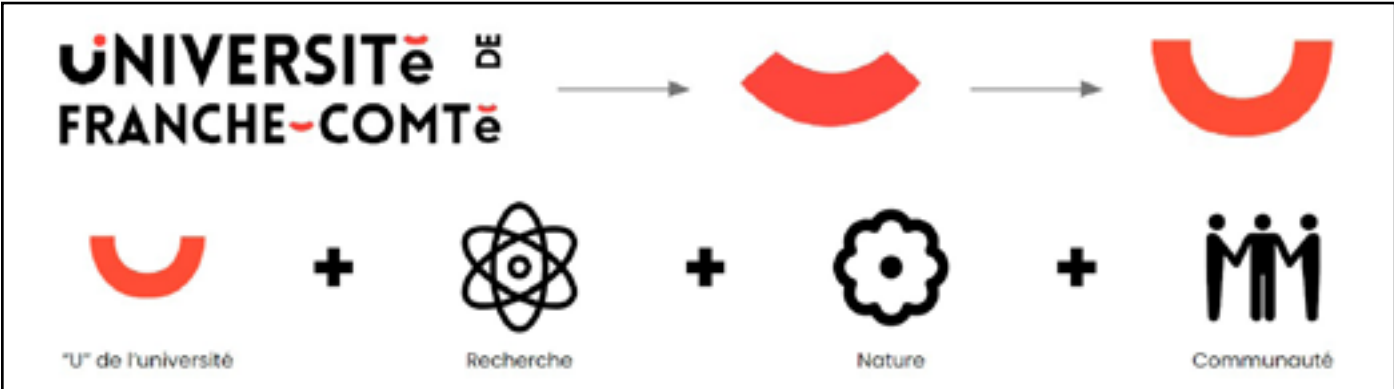
## Tests Illustrator



# CHARTE GRAPHIQUE

## Logo

L'université de Franche-Comté et l'université de Bourgogne vont fusionner pour former l'**Université Pasteur Bourgogne Franche-Comté**, c'est pourquoi une nouvelle identité graphique devait être faite. J'ai choisis de réaliser un logo qui représente à la fois la modernité, la recherche, la diversité, l'esprit de communauté tout en se liant à la nature et en reprenant la forme caractéristique du logo actuel de l'Université de Franche-Comté. Ce logo est pensé pour être polymorphe et responsive afin de se décliner à travers de nombreux supports, de différentes tailles et pouvant se transformer pour représenter chaque filière de l'Université.

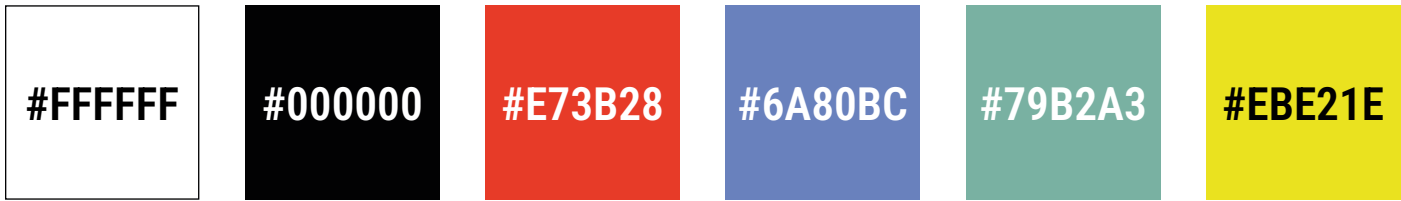


## Repères



Couleurs

Le logo est noir & blanc avec 4 couleurs principales qui sont assez vives pour donner un côté dynamique au logo. Ces dernières représentent la diversité au sein de l'université. Elles peuvent être modifiées si besoin mais elles doivent être assez différentes pour pouvoir les différencier et elles doivent les mêmes à travers tous les supports.



Typographie

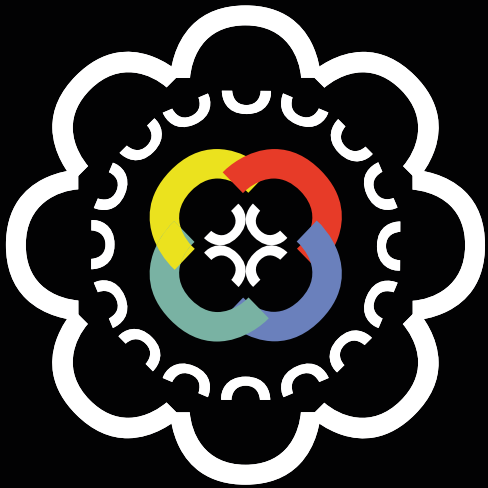
Neue Haas Unica W1G

**Black**  
Medium

**Université Pasteur**  
Bourgogne Franche-Comté

Possibilité de remplacer par la typographie gratuite « Poppins ».

Responsive



● Big



● Medium



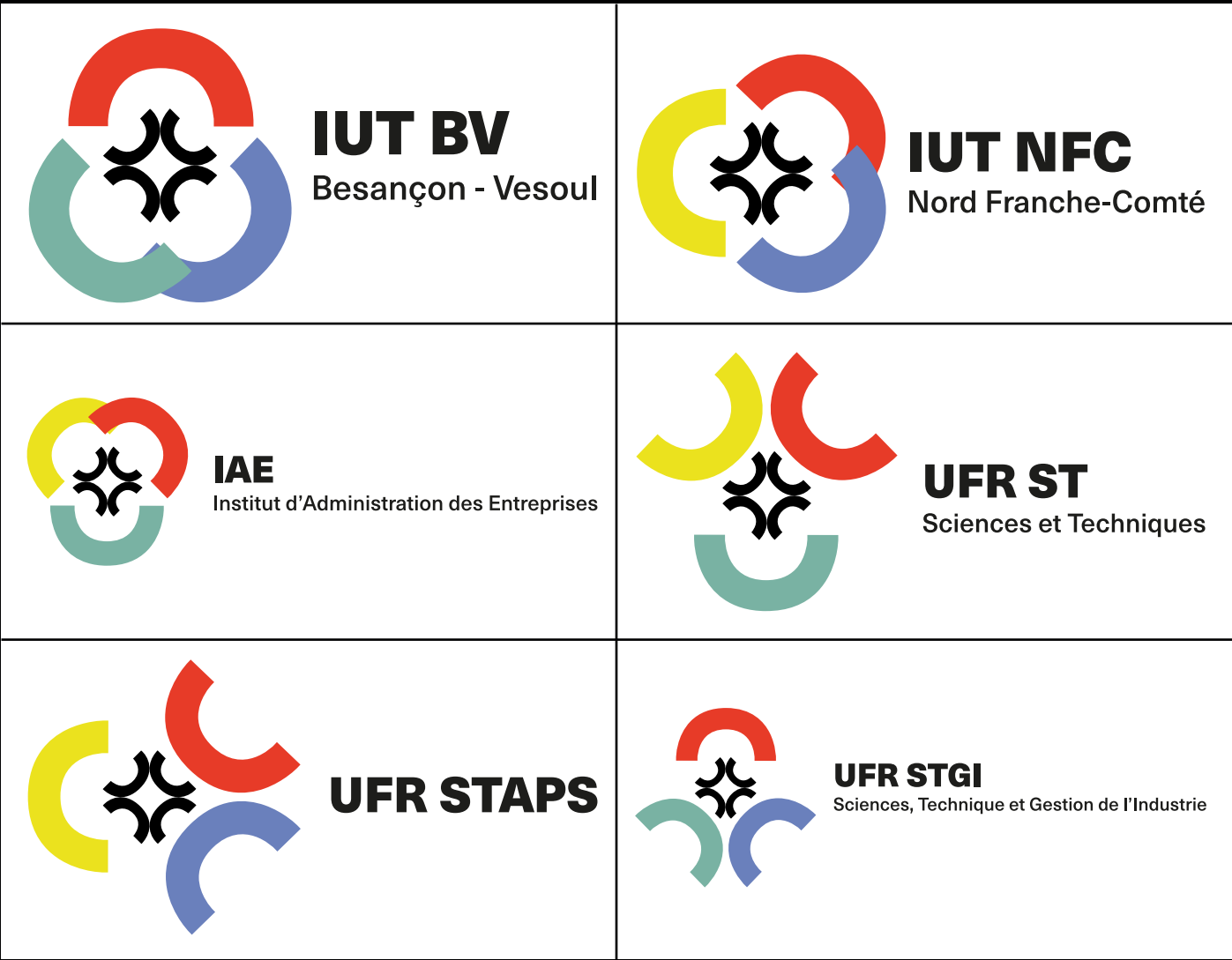
● Little



Déclinaisons (couleurs)



Déclinaisons (formes)





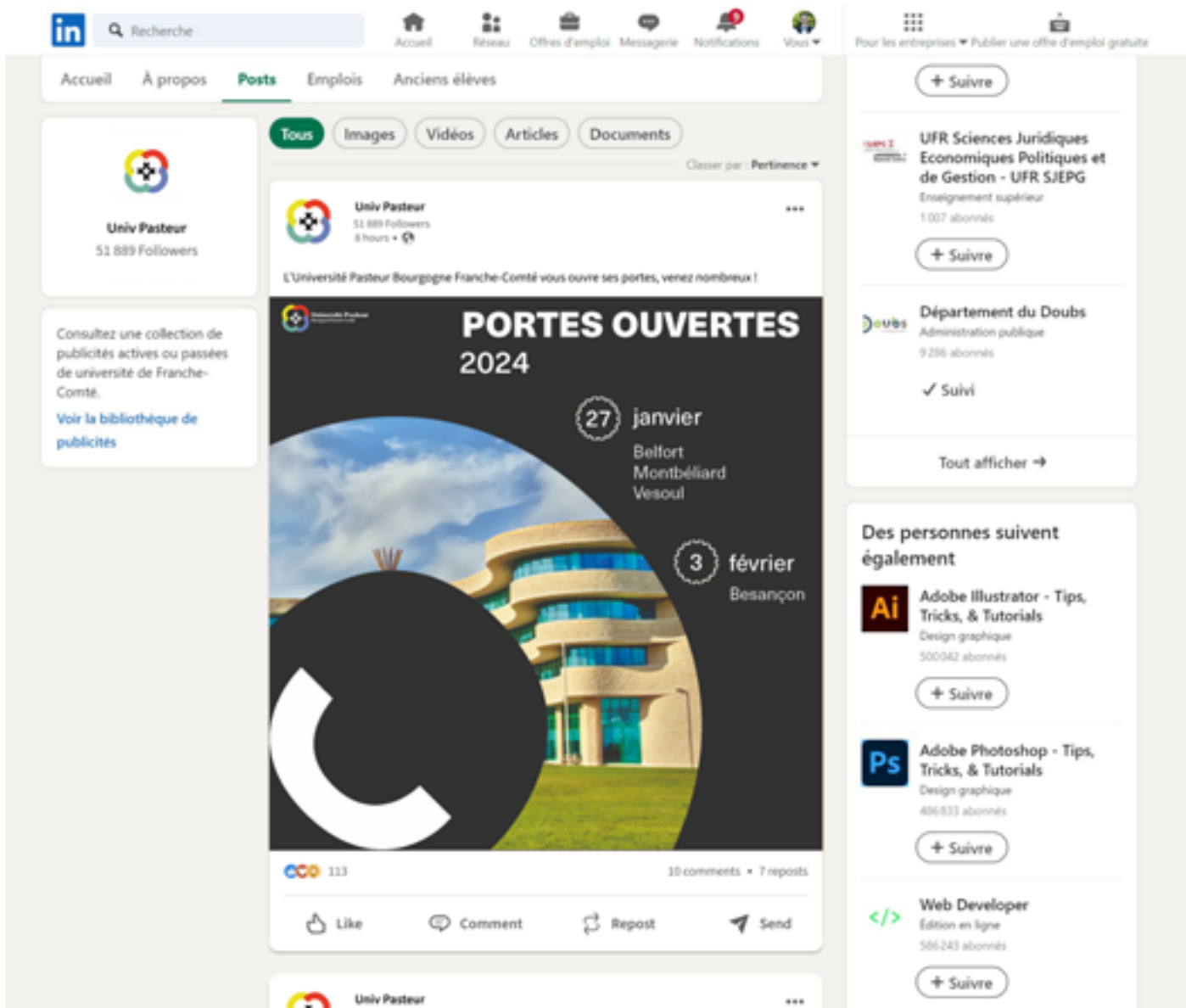
## MOCKUP

### Affiches publicitaires





Réseaux sociaux et app





Objets publicitaires















**Université Pasteur**  
Bourgogne Franche-Comté