

# Charte Graphique



**Université Pasteur**  
Bourgogne Franche-Comté

# Sommaire

<b>01. Présentation de l'Université</b>	<b>3</b>
Description	4
Valeurs	5
Cibles	6
<b>02. Logo</b>	<b>7</b>
Construction	8
Zone d'exclusion	9
Taille	10
Utilisation en fonction du fond	11
Monochrome	12
Polymorphes	13
Règles d'usage / Interdits	14
<b>03. Couleurs</b>	<b>15</b>
Palette de couleurs	16
Accessibilité	17
<b>04. Typographie</b>	<b>18</b>
Neue Haas Unica W1G	19
Utilisation	20
<b>05. Elements visuels</b>	<b>21</b>
Icônes	22
Motion design	23
<b>06. Mise en situation</b>	<b>24</b>
Site web	25
Réseaux sociaux	26
Affiches	27
Produits dérivés	28

# **01. Présentation de l'Université**

# Description

---

Dans un monde en constante évolution, l'Université Pasteur Bourgogne Franche-Comté affirme son engagement vers la modernité, l'ouverture d'esprit et l'accessibilité avec une nouvelle identité graphique. Symbole de dynamisme, d'innovation et de diversité, cette refonte visuelle incarne les valeurs fondamentales de l'Université tout en renforçant sa visibilité et son rayonnement.





# Valeurs

---

## Innovation et modernité

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

## Excellence académique

La valeur de l'**excellence académique** est importante pour attirer de futurs étudiants à l'Université Pasteur Bourgogne Franche-Comté comme pour rendre fiers les étudiants actuels. L'excellence académique doit aussi permettre d'attirer du personnel de qualité, que ce soit des enseignants, des chercheurs ou des personnels administratifs. De même, une entreprise souhaitant créer un partenariat avec l'Université sera plus rassurée si cette dernière est représentée par une identité graphique montrant la valeur de l'excellence académique.

## Ouverture d'esprit et diversité

La seconde valeur importante pour l'université est celle **de l'ouverture d'esprit et de la diversité**. Etant une université composée d'une multitude de filières, de laboratoires 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 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 réceptive à la nouveauté.

## Engagement envers la durabilité environnementale

L'**engagement envers la durabilité environnementale** est une valeur très actuelle et essentielle à l'avenir. De plus en plus de personnes étant sensibles à ce sujet, cette valeur est primordiale dans leur choix de travail ou d'études. Il est donc très important que cette valeur apparaisse dans les supports de communication.

# Cibles

---

**Etudiants actuels et futurs**

**Anciens étudiants et diplômés**

**Partenaires et institutions académiques**

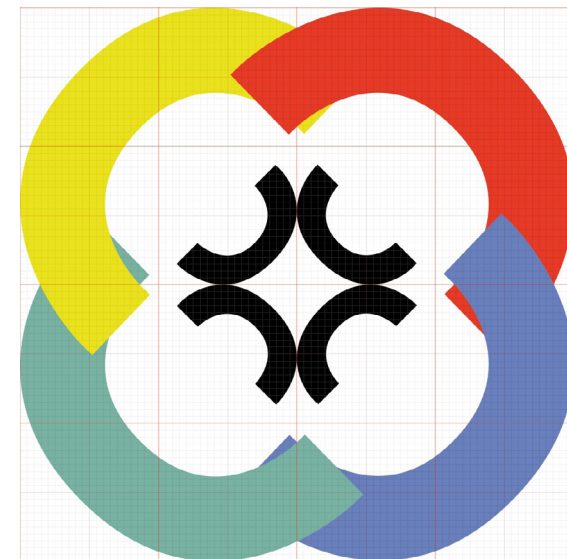
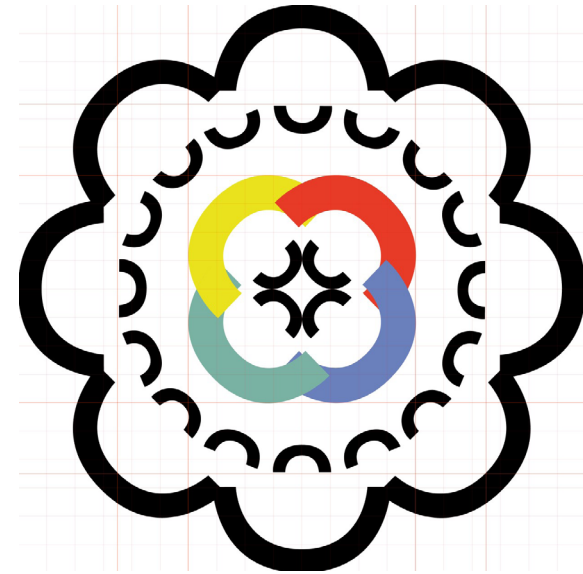
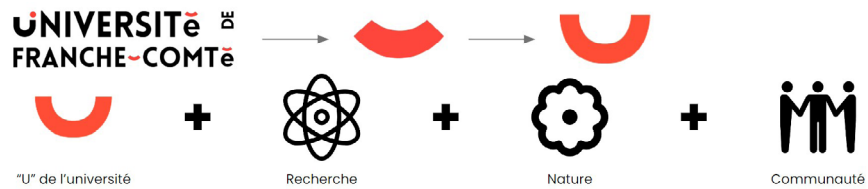
**Enseignants et personnels administratifs de l'Université**

## 02. Logo

# Construction

Le nouveau logo, sobre et élégant, associe des éléments graphiques modernes représentant à la fois une fleur, symbole du lien étroit avec la nature, et un atome, symbole d'innovation. Ce logo traduit à la fois l'attachement à l'excellence académique et l'engagement envers un avenir durable et inclusif.

Il est construit à partir d'un assemblage de forme « U » reprise de la précédente identité. Le logo existe en trois versions en fonction de son utilisation et de sa taille. Pour l'une des versions, un texte s'ajoute avec le nom de l'Université écrit en Neue Haas Unica W1G.



# Zone d'exclusion

---

Afin de rester attractif, le logo doit garder une certaine distance avec les éléments environnants. Pour cela, j'ai défini une zone d'exclusion à respecter quelle que soit la taille du logo. La taille de cette zone prend pour base la forme à l'intérieur de la « fleur ».



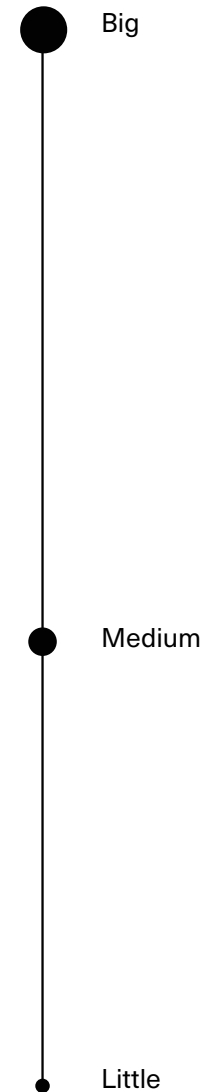
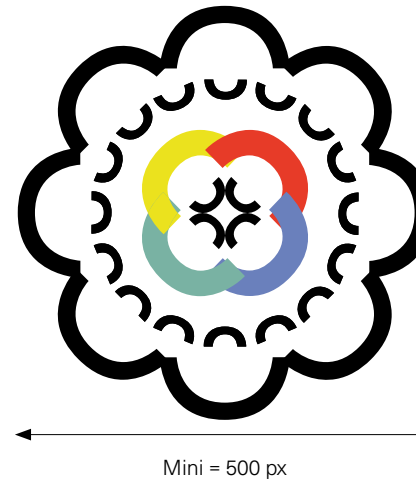
# Taille

Le logo existe en trois versions en fonction de son utilisation et de sa taille.

La première version, appelée « Little », est constituée uniquement de la « fleur ». Elle est destinée à une utilisation en petite taille sur un site web par exemple.

La deuxième version, appelée « Medium », est constituée de la « fleur » et du nom de l'université écrit avec la typographie Neue Haas Unica W1G. Elle est destinée à une utilisation courante sur la plupart des supports de communication.

La dernière version, appelée « Big », est constituée de la « fleur » avec deux autres formes autour. Ces dernières sont un assemblages de « U » de petite taille et de grande taille formant un cercle. Cette version est destinée uniquement à certains produits dérivés ou certaines affiches quand le logo doit être de très grande taille.



# Utilisation en fonction du fond

---

Le logo en version couleurs doit être uniquement utilisé avec un fond blanc ou noir et surtout pas avec un fond de couleurs ou un fond photographique.



# Monochrome

---

La version monochrome du logo ne doit être qu'en noir ou en blanc.  
Il peut être utilisé uniquement avec un fond de couleurs issu de la palette de l'Université ou un fond photographique. Le choix du noir ou du blanc doit se faire en fonction du contraste avec le fond.





# Polymorphes

---

Le logo est pensé pour être polymorphe. Il peut donc se décliner en de multiples versions pour chaque composante de l'Université. Ces déclinaisons sont construites en enlevant un « U » de la « fleur » principale du logo et / ou en changeant l'orientation des autres « U ».



# Règles d'usage / Interdits

---



Ne pas déformer le logo



Ne pas changer la taille de la « fleur »



Ne pas couper le logo



Ne pas changer la taille du texte



Ne pas modifier la forme du logo



Ne pas changer l'espace entre la « fleur » et le texte



Ne pas changer la couleur du logo



Ne pas changer l'alignement du texte

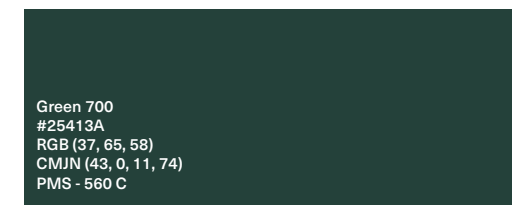
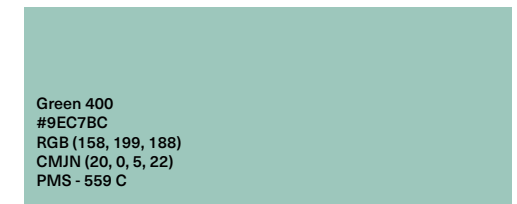
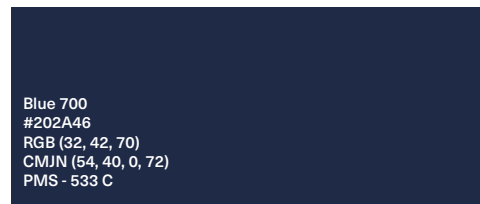
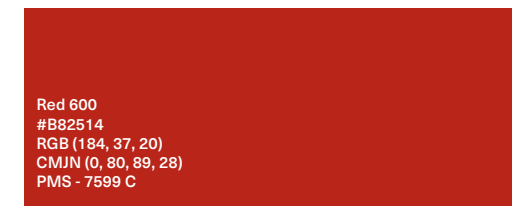
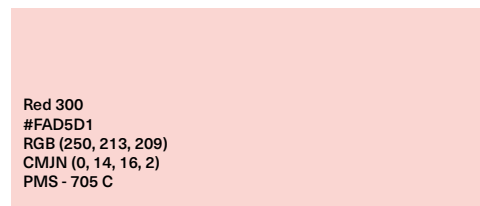
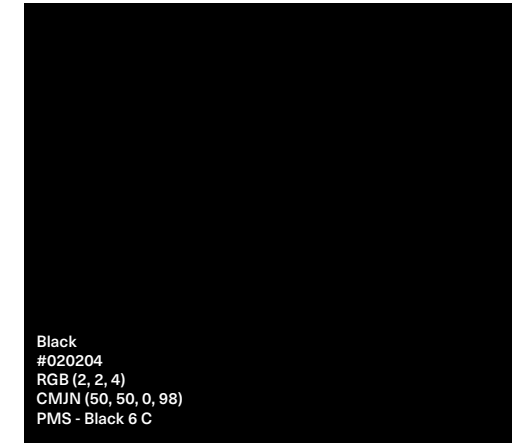
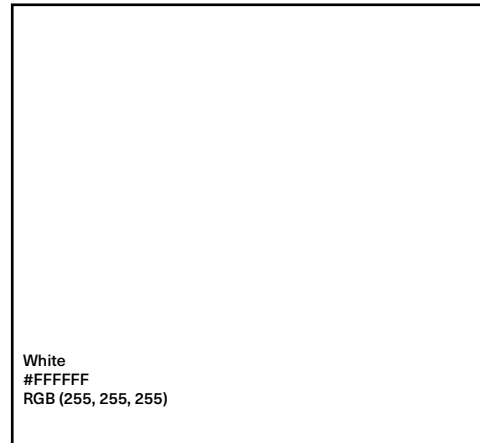
## 03. Couleurs

# Palette de couleurs

---

Les couleurs white et black sont les couleurs principales de l'identité graphique de l'Université, elles doivent être utilisées en priorité.  
Les autres couleurs sont là pour compléter l'identité, elles doivent être utilisées pour mettre en avant des éléments plus importants en contrastant avec les couleurs principales.

Pour les supports print, les codes couleurs à utiliser sont le CMJN et le PMS. Les autres codes servent aux supports hors print comme le site web.

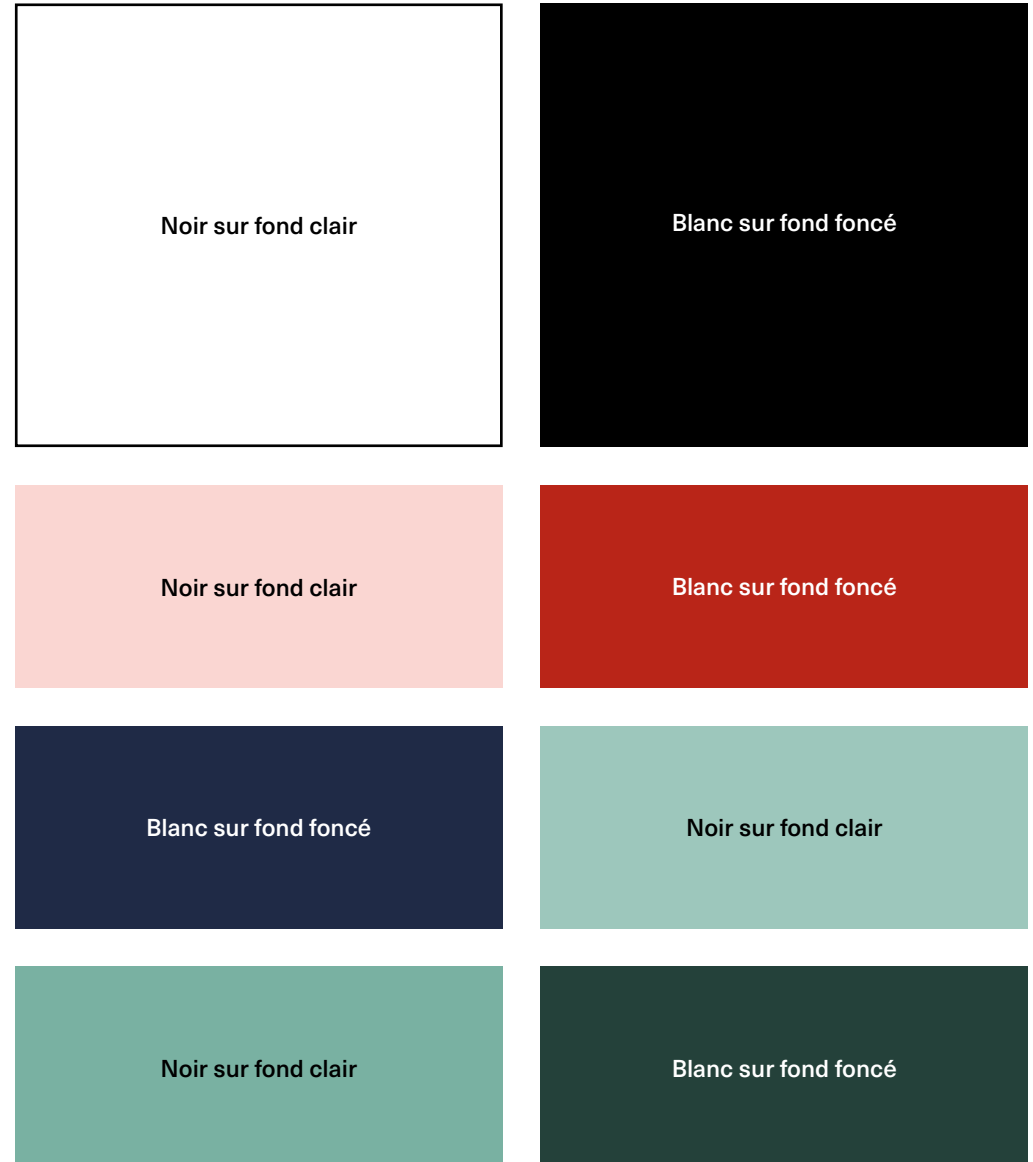


# Accessibilité

---

Pour assurer un design inclusif, l'accessibilité des couleurs doit être prise en compte. Voici quelques exemples de contrastes à respecter entre le texte et le fond.

Pour vérifier si le contraste est correct, tester en ligne via le site suivant : <https://atmos.style/contrast-checker>



## 04. Typographie

# Neue Haas Unica W1G

---

La typographie Neue Haas Unica W1G reflète l'élégance et la modernité de l'Université. Elle assure également une lisibilité optimale et une cohérence entre tous les supports.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890(,,:?!"\$%&\*)

Neue Haas Unica W1G  
Weight : 300

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890(,,:?!"\$%&\*)

Neue Haas Unica W1G  
Weight : 400

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890(,,:?!"\$%&\*)

Neue Haas Unica W1G  
Weight : 700

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890(,,:?!"\$%&\*)

Neue Haas Unica W1G  
Weight : 900

## Utilisation

---

**h1**  
Neue Haas Unica W1G  
64 px

# Show mangled

**h2**  
Neue Haas Unica W1G  
32 px

## Grumpy wizards make a toxic brew

**body**  
Neue Haas Unica W1G  
18 px

Quick fox jumps nightly above wizard

**button**  
Neue Haas Unica W1G  
18 px

Heavy boxes perform quick waltzes and jigs



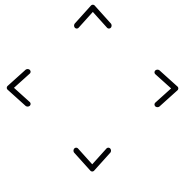
## **05. Elements visuels**

# Icônes

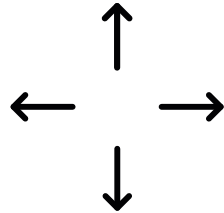
---

Les icônes de l'Université restent sobres et épurés, prolongeant les valeurs transmises à travers l'identité graphique.  
Chaque icône doit rester tel que présenté dans la charte graphique, seule la couleur peut varier en fonction du fond.

## Chevron



## Arrow



## Social Media



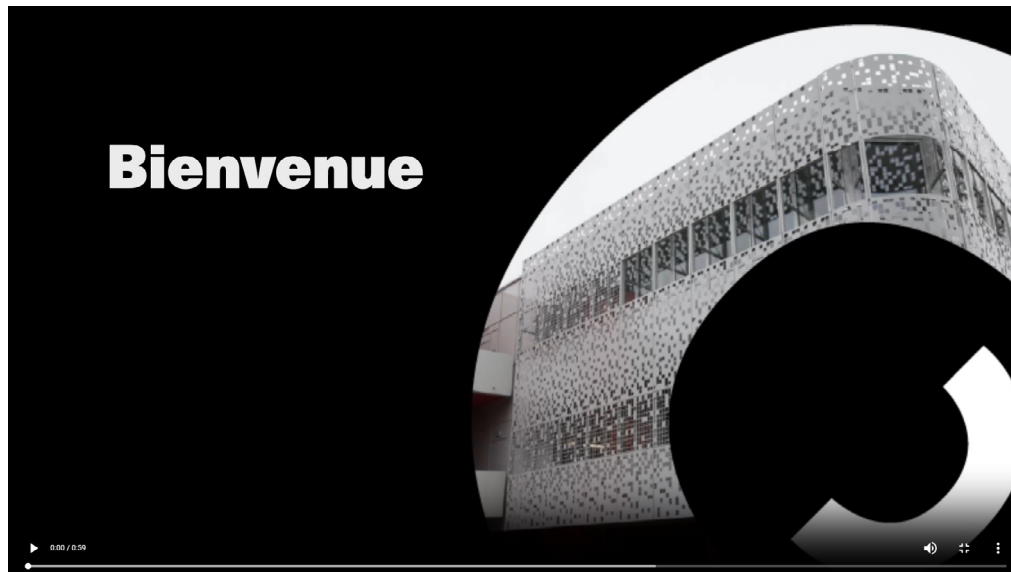
## Divers



# Motion design

---

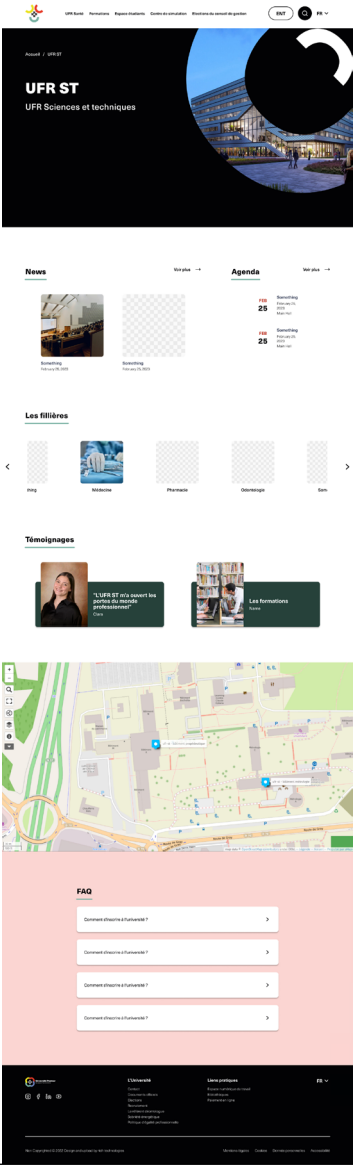
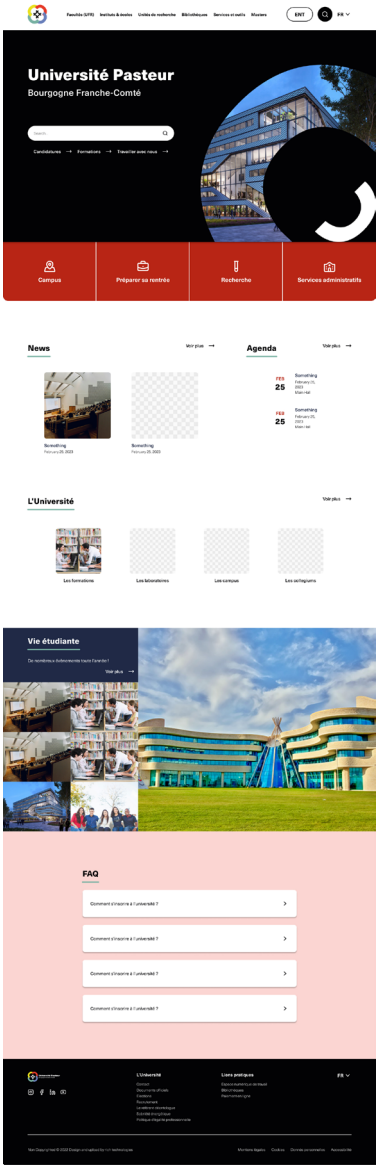
Le motion design présente l'identité visuelle de l'Université. Il permet également de montrer de quelle façon chaque élément du logo peut s'animer et quelle ambiance donner dans un support vidéo.



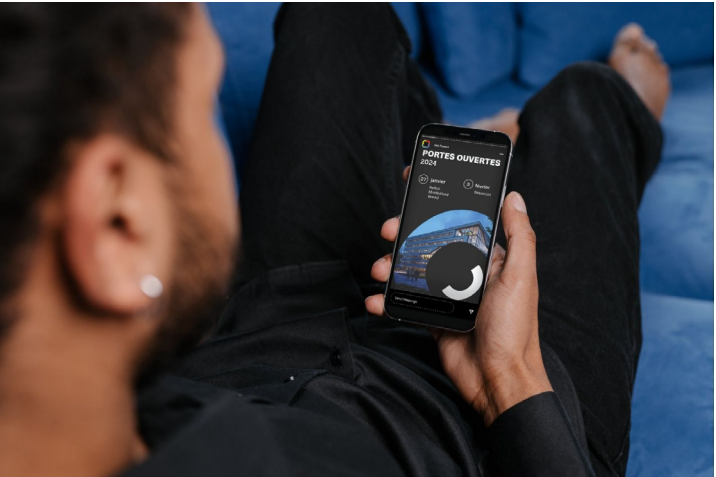
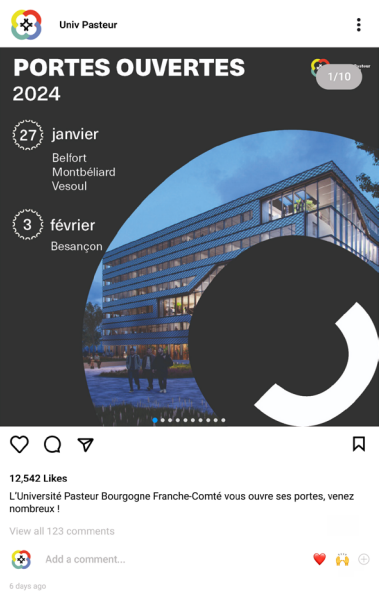
[Lien animation](#)

## **06. Mise en situation**

# Site web

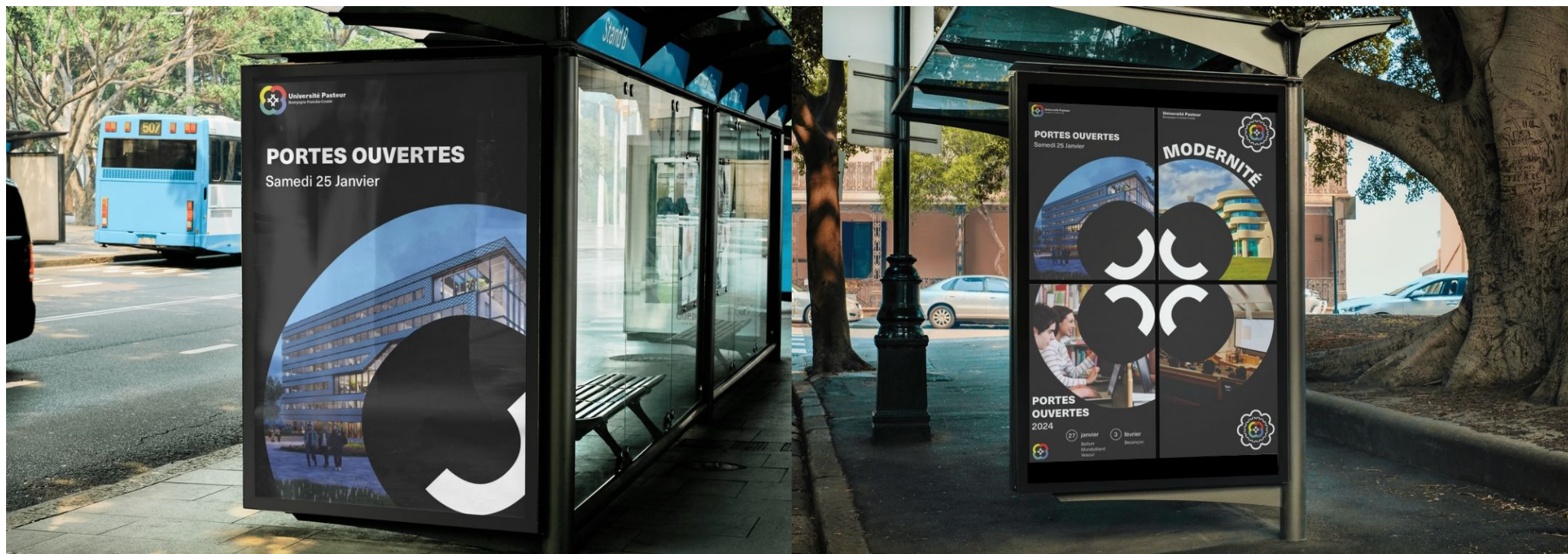


# Réseaux sociaux





# Affiches





# Produits dérivés

---







**Université Pasteur**  
Bourgogne Franche-Comté