



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](mailto:communication@u-bourgogne.fr)

© Service communication - université de Bourgogne - 2013

# 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](mailto: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<sup>1</sup>, etc.).

1. Limiter la surface couleur imprimée sur une photocopieuse 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.



20 mm



15 mm

ou



15 mm

↑ Cette version ne peut être utilisée dans une taille supérieure

### Monochromie



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



Sur fond trame, 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

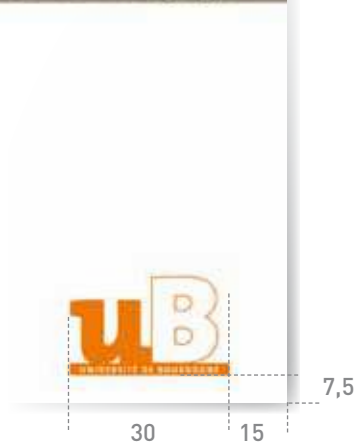
**Autres formats / supports** (affiches, presse, kakemonos, bâches, ...)

logo largeur 1/10<sup>e</sup> du côté le plus long, marge à droite 1/20<sup>e</sup>, marge en pied 1/40<sup>e</sup>

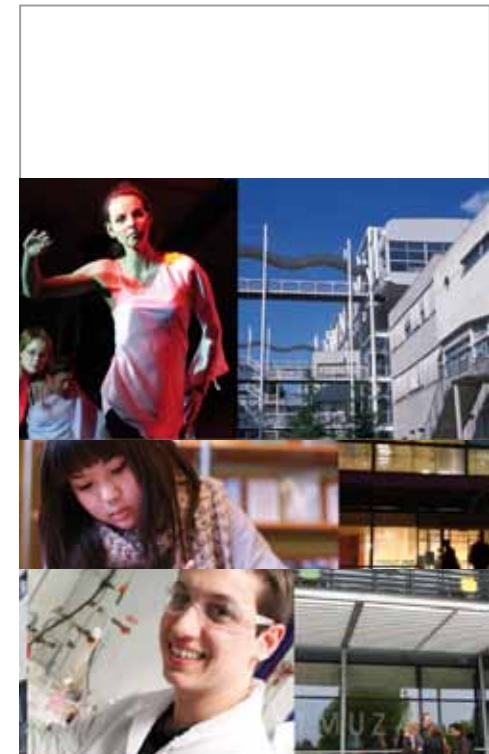
**PLUS D'EXEMPLES CHAPITRE 3**



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 identifié 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).



UFR PHARMACIE



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



INSTITUT UNIVERSITAIRE  
DE LA VIGNE ET DU VIN  
JULES GUYOT

←Largeur maximale →



UFR SCIENCES VIE TERRE  
ENVIRONNEMENT

←Largeur maximale →

1X (4,5mm à 100 %)

1X

# 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



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



# 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).**



SERVICE COMMUNICATION



UFR PHARMACIE



### 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



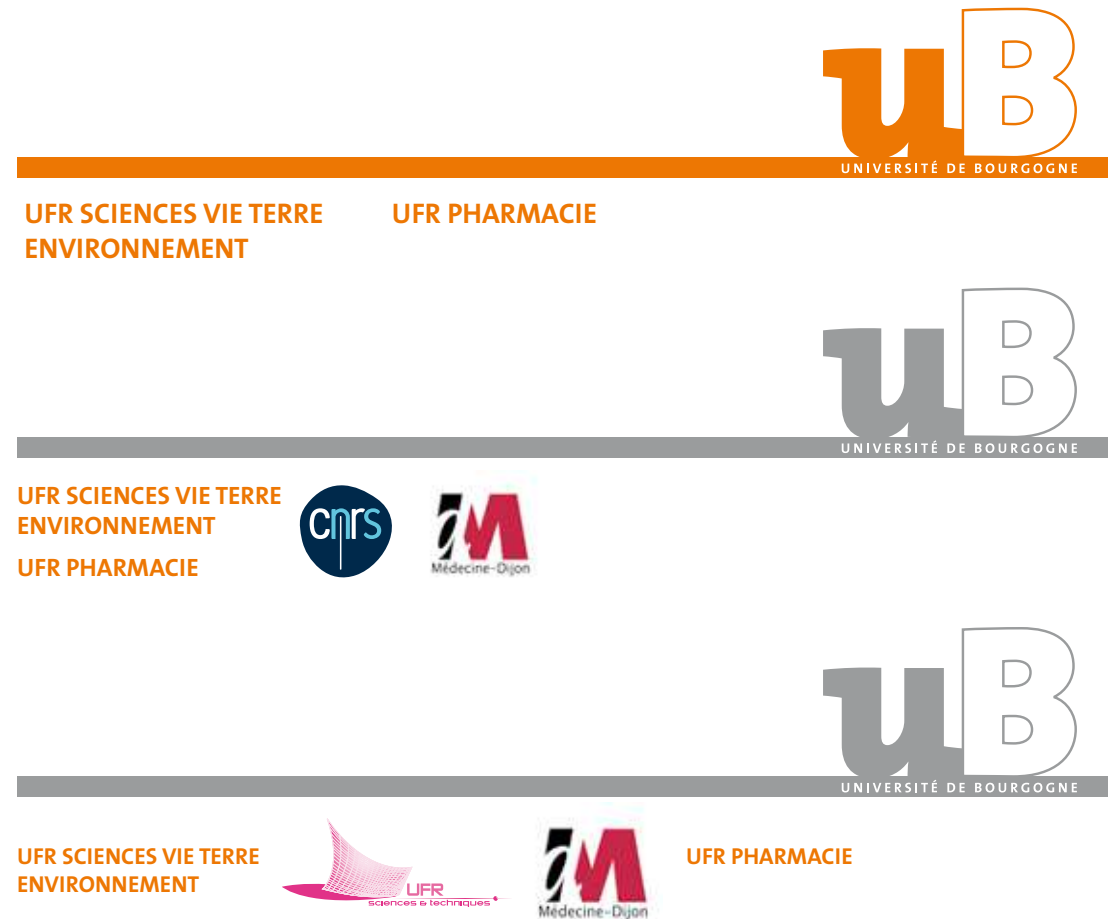
**gris :** *pantone Cool Gray 9 C -*  
Quadri : C: 0 M: 0 J: 0 N: 51

**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.

# Bien utiliser La cosignature uB 2/4

Quelques illustrations :

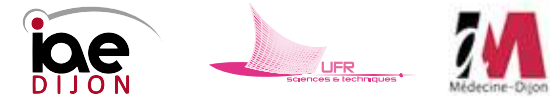


## LE PRINCIPE

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 défini **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)**

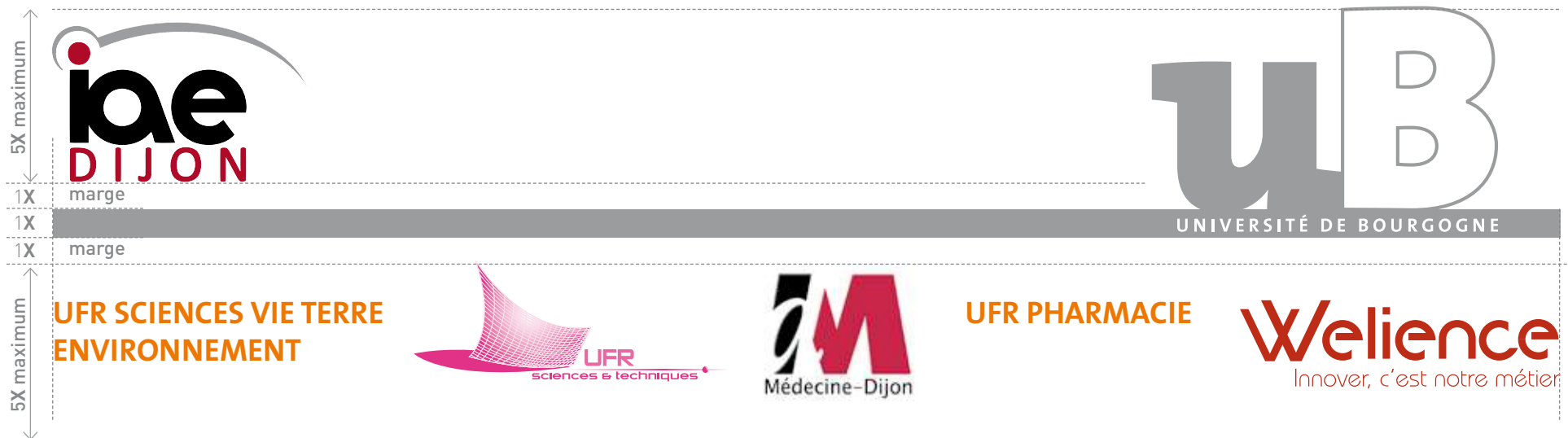
**A5 : logo largeur 128 mm (x = 2,4 mm)**

**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**

|  |  |
|--|--|
|  | <p>8</p> <p>1<br/>NOM DU SERVICE<br/>ou ENTITÉ SANS<br/>LOGO</p> |
|  | <p>8</p> <p>2<br/>1 ENTITÉ<br/>AVEC LOGO</p>                     |
|  | <p>8</p> <p>3<br/>PLUSIEURS<br/>ENTITÉS</p>                      |

13 13 8

1X

184 (gabarit A4)

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE  
Maison de l'Université  
Esplanade Erasme  
BP 27877 - 21078 Dijon Cedex  
T +33 (0)3 80 39 50 00

Auxerre  
Chalon-sur-Saône  
Dijon  
Le Creusot  
Mâcon  
Nevers

www.u-bourgogne.fr

13 13

4  
INSTITUTIONNEL  
UNIVERSITÉ

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

# 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"

pas de logo cohabitant, ni logo cotutelle



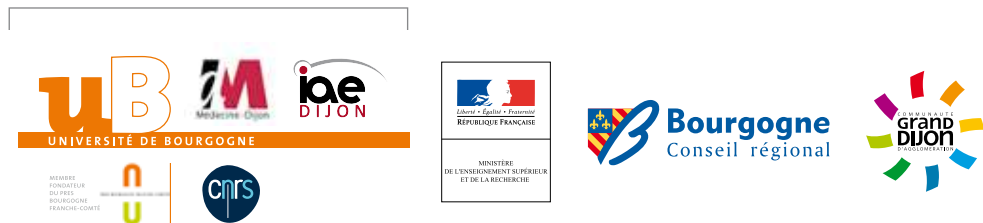
pas de logo cohabitant, logo cotutelle



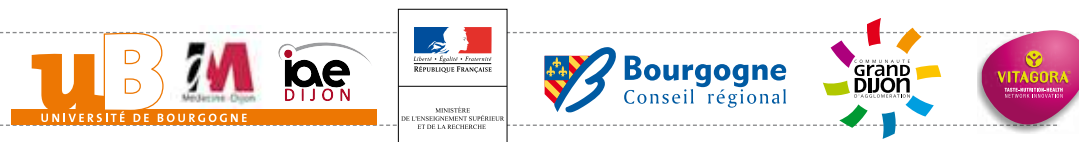
logos cohabitants, pas de logo cotutelle



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).



**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 tutélares, 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.

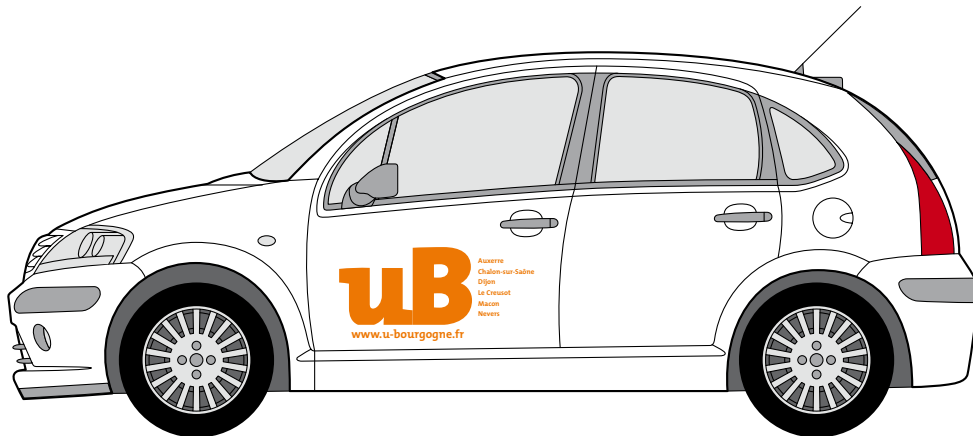
**IL EST INTERDIT D'UTILISER LE BLOC MARQUE À LA PLACE DU LOGOTYPE**



# 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



Auxerre  
Chalon-sur-Saône  
Dijon  
Le Creusot  
Macon  
Nevers



Auxerre  
Chalon-sur-Saône  
Dijon  
Le Creusot  
Macon  
Nevers



Auxerre  
Chalon-sur-Saône  
Dijon  
Le Creusot  
Macon  
Nevers

# Les fondamentaux

## La mention "université de Bourgogne"

Variante textuelle, la mention "Université de Bourgogne" n'est utilisée que dans deux cas précis :

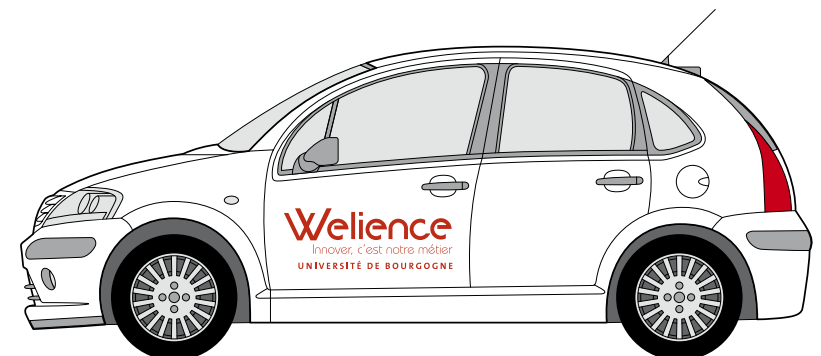
- elle se substitue à l'usage du bloc-marque lorsque celui-ci n'est plus utilisé seul (ajout du nom ou logo d'une entité, d'un service),
- elle pourra être utilisée pour le marquage d'objets étroits (éviter logo trop petit)

Marquage : dans un souci d'homogénéité et d'économie, on tolérera 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.

### Bloc marque



Usage réservé à l'Université institution globale.

Marquage accessoires / accessoires papeterie.

Orange. 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.



### 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.

"TheMix bold"

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

"TheMix semi-bold"

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

"TheMix"

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

"TheMix light"

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

### 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

# 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 tirage, 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.

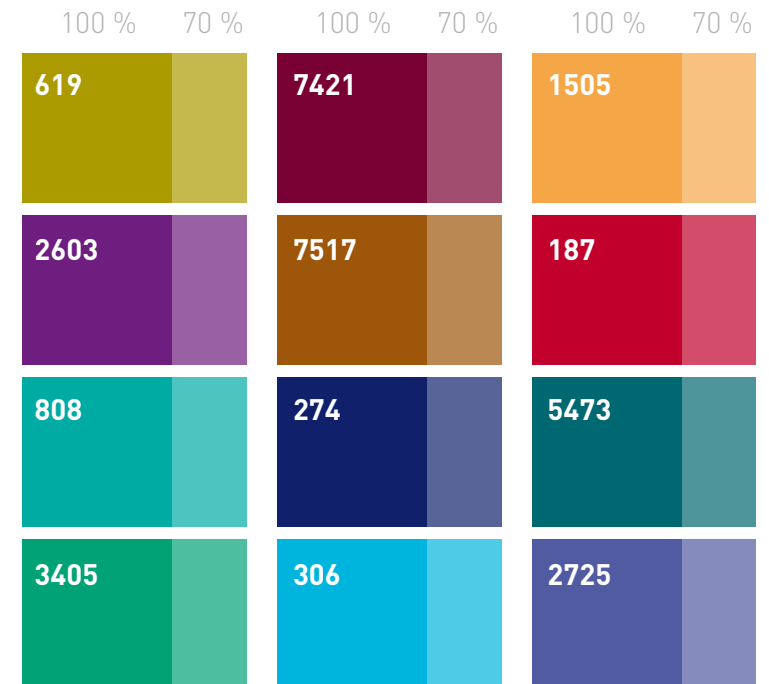
Pour augmenter ce potentiel, chaque valeur peut, dans un même document, être utilisée en **"tramé" (à 70 % exclusivement)**.

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.

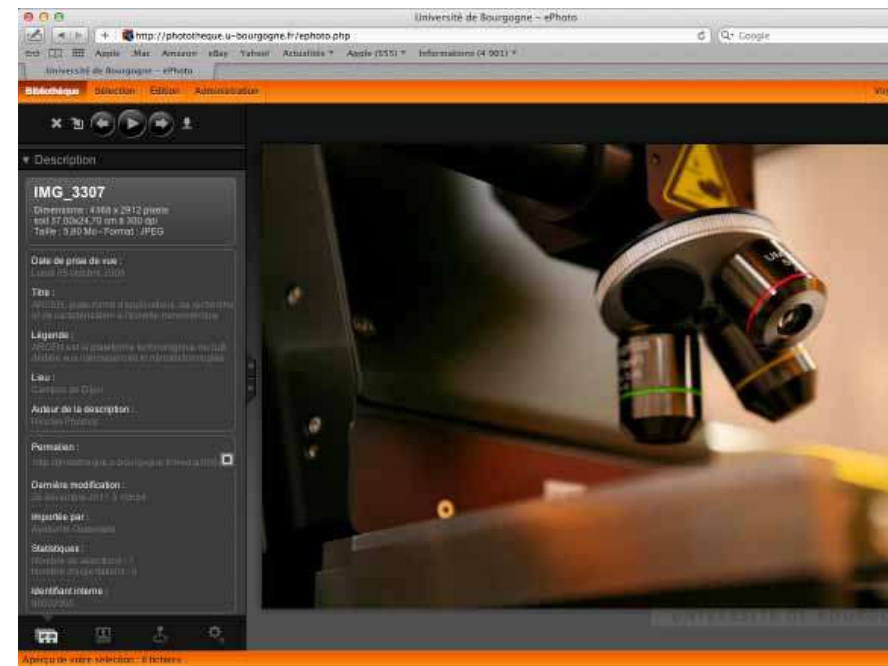
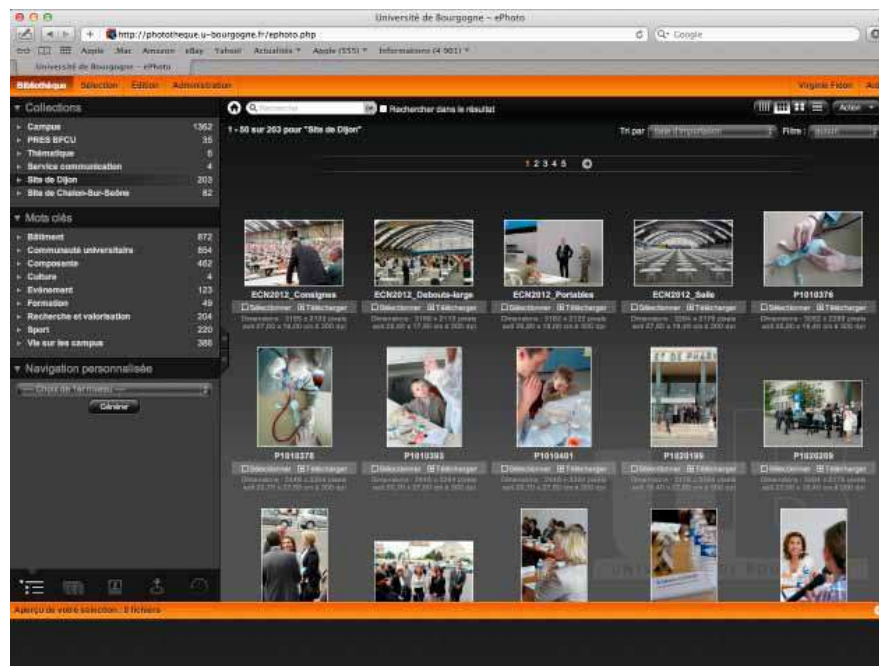
**Il n'est pas recommandé de réaliser par ses propres moyens les photos** destinées à la publication ou au web, afin de préserver l'homogénéité et la qualité des images publiées.

**Il est vivement recommandé de privilégier le qualitatif au quantitatif !**

### Accès à la photothèque

Pour les personnels de l'uB avec votre identifiant intranet

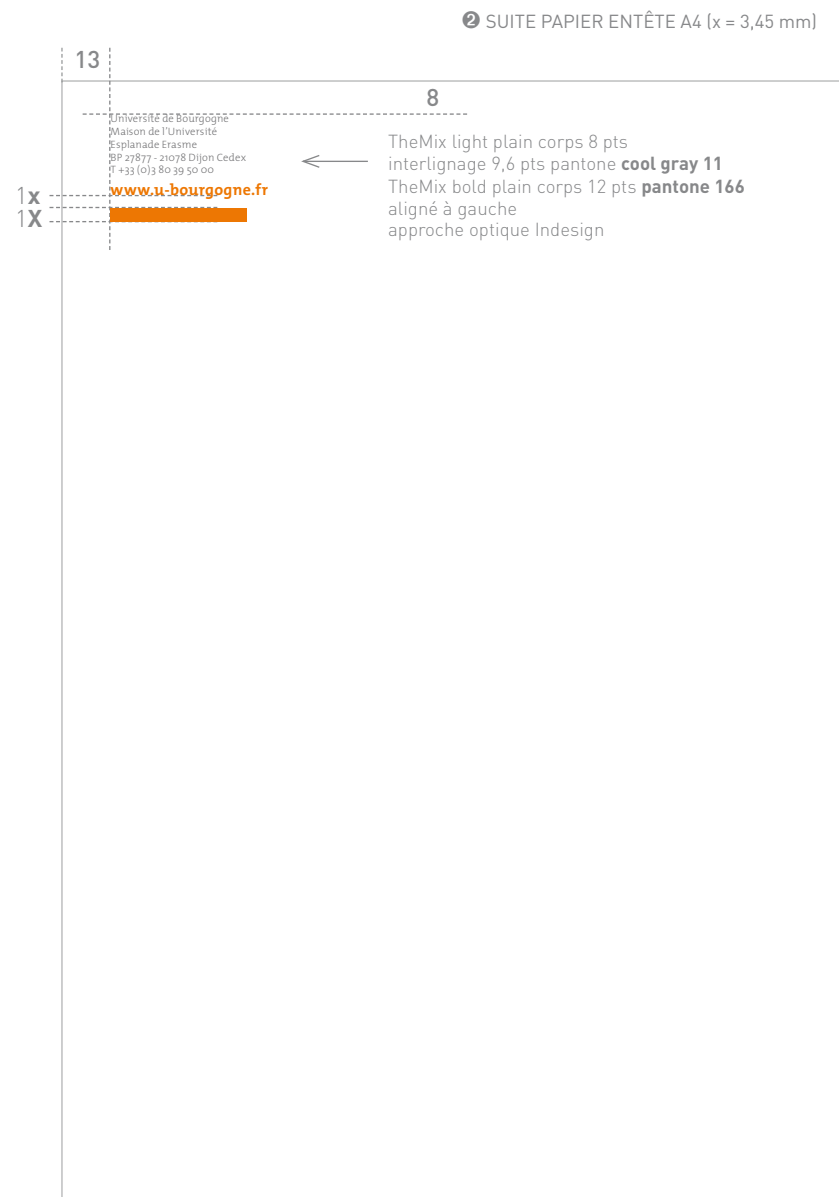
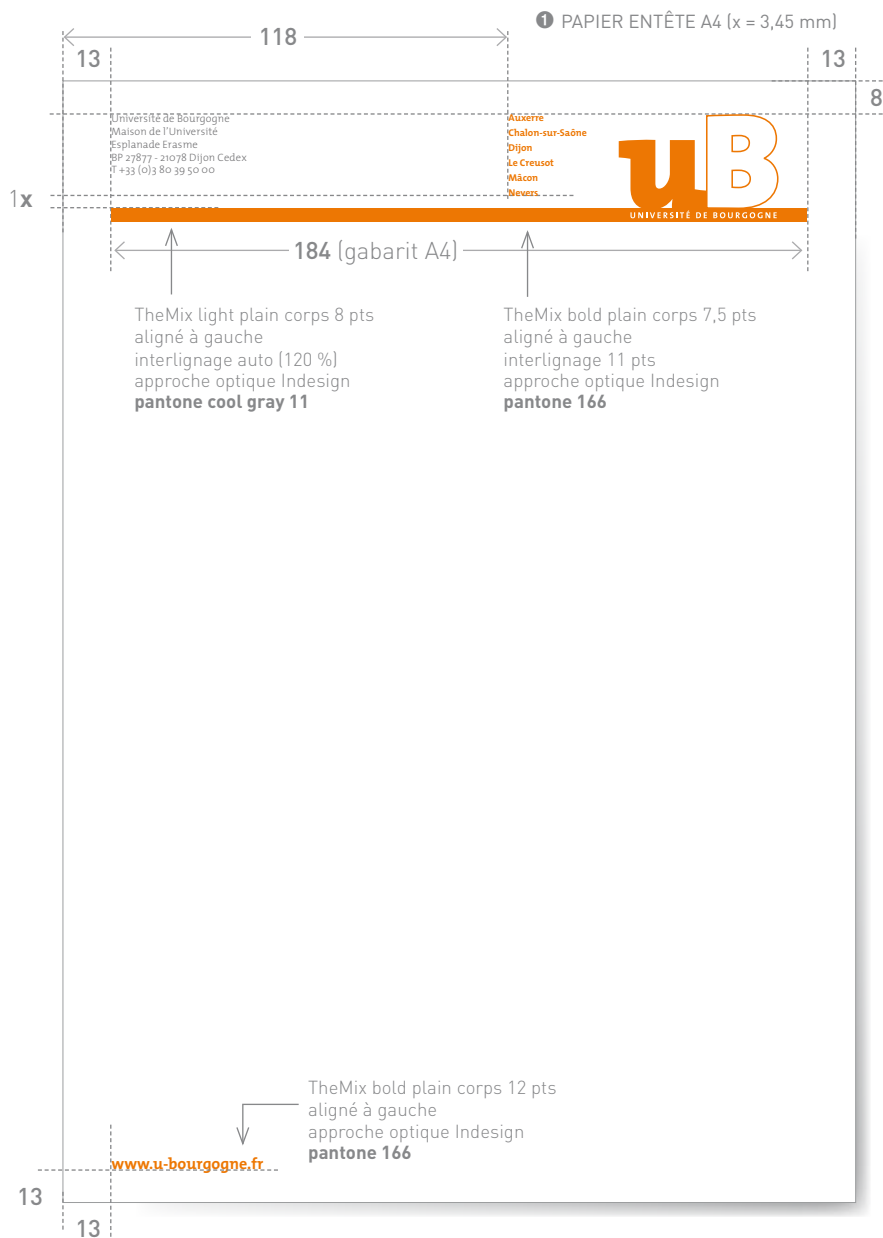
<http://phototheque.u-bourgogne.fr>



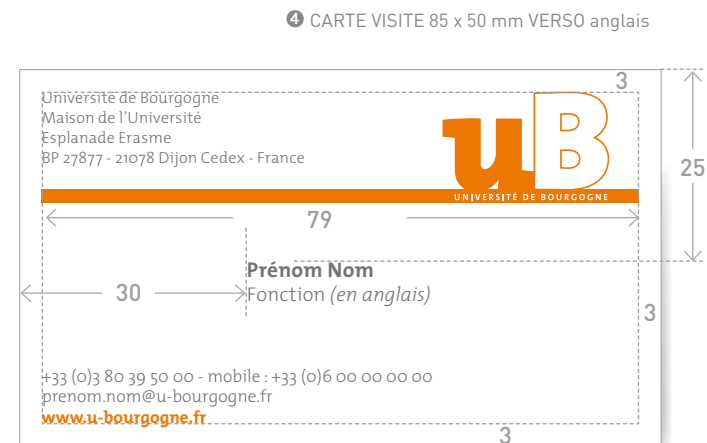
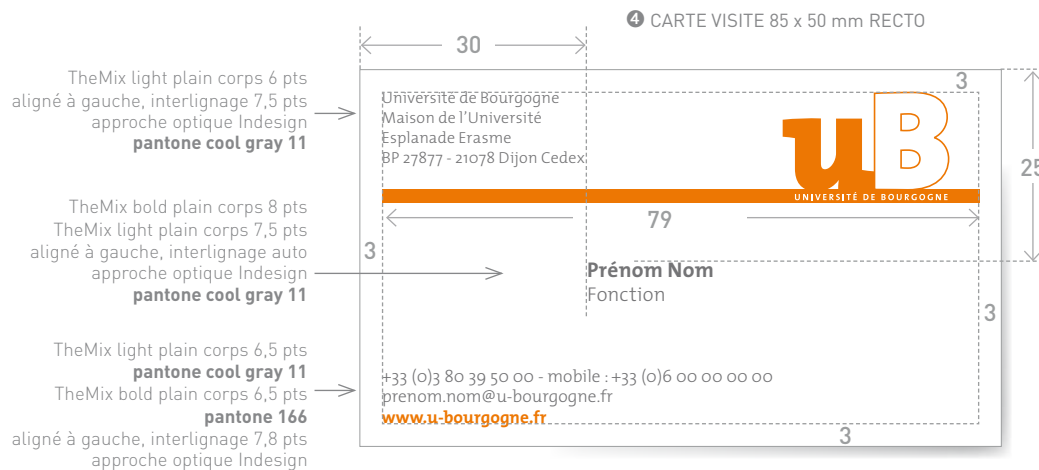
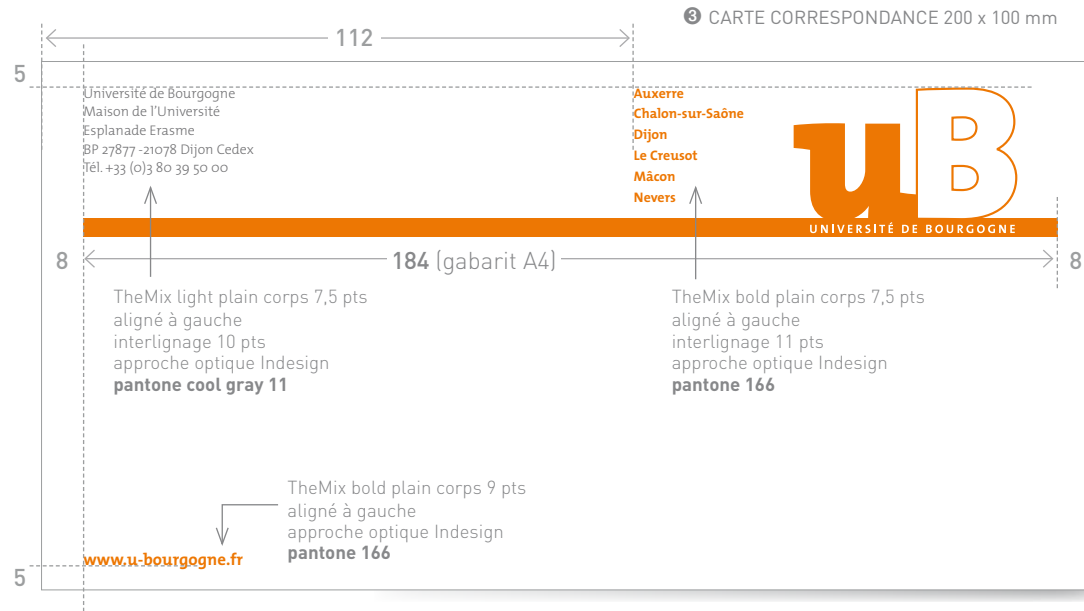
# 3. Papeterie

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

# La papeterie institutionnelle 1/3



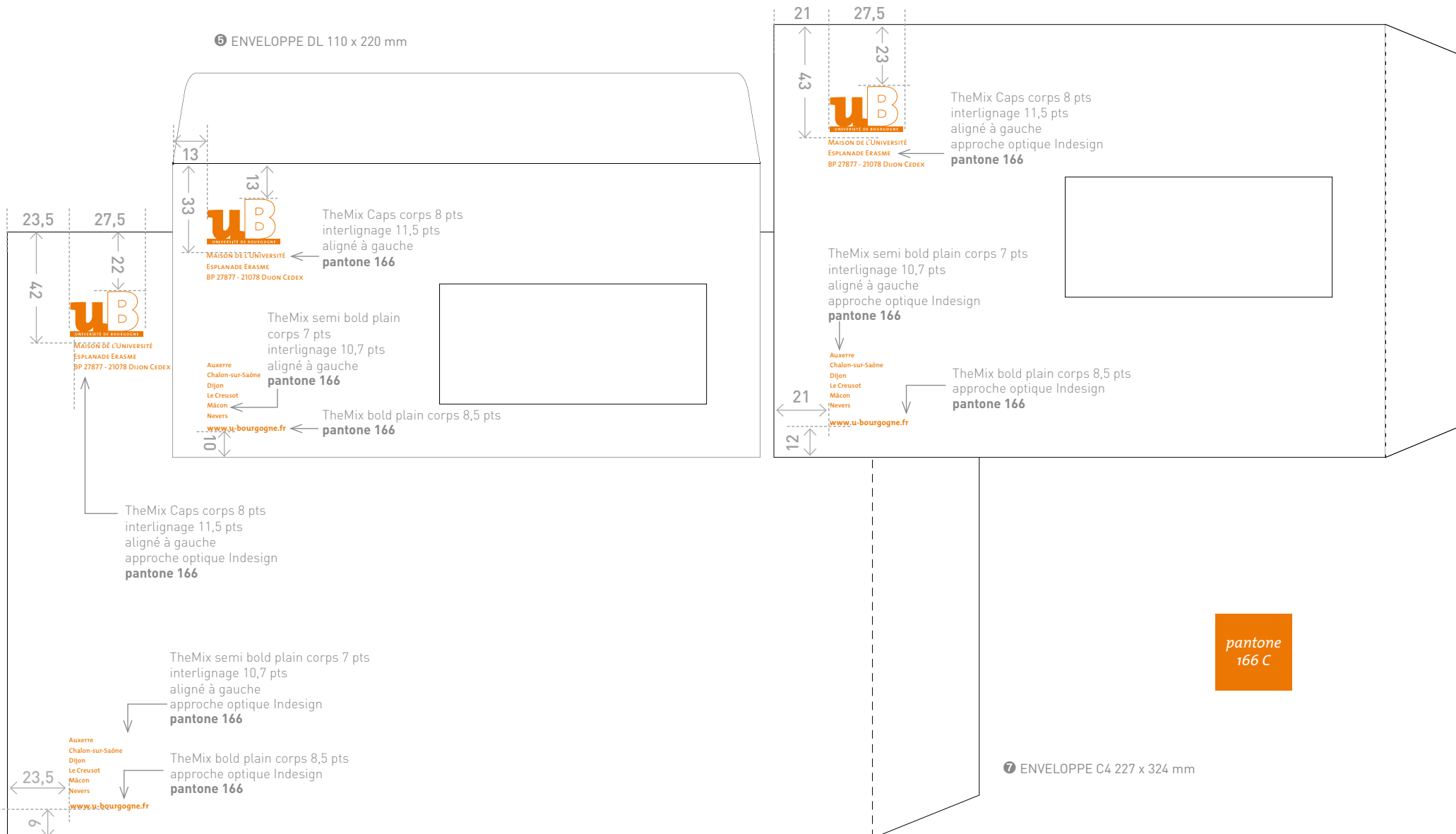
# La papeterie institutionnelle 2/3



# La papeterie institutionnelle 3/3

6 ENVELOPPE C5 162 x 229 mm

5 ENVELOPPE DL 110 x 220 mm

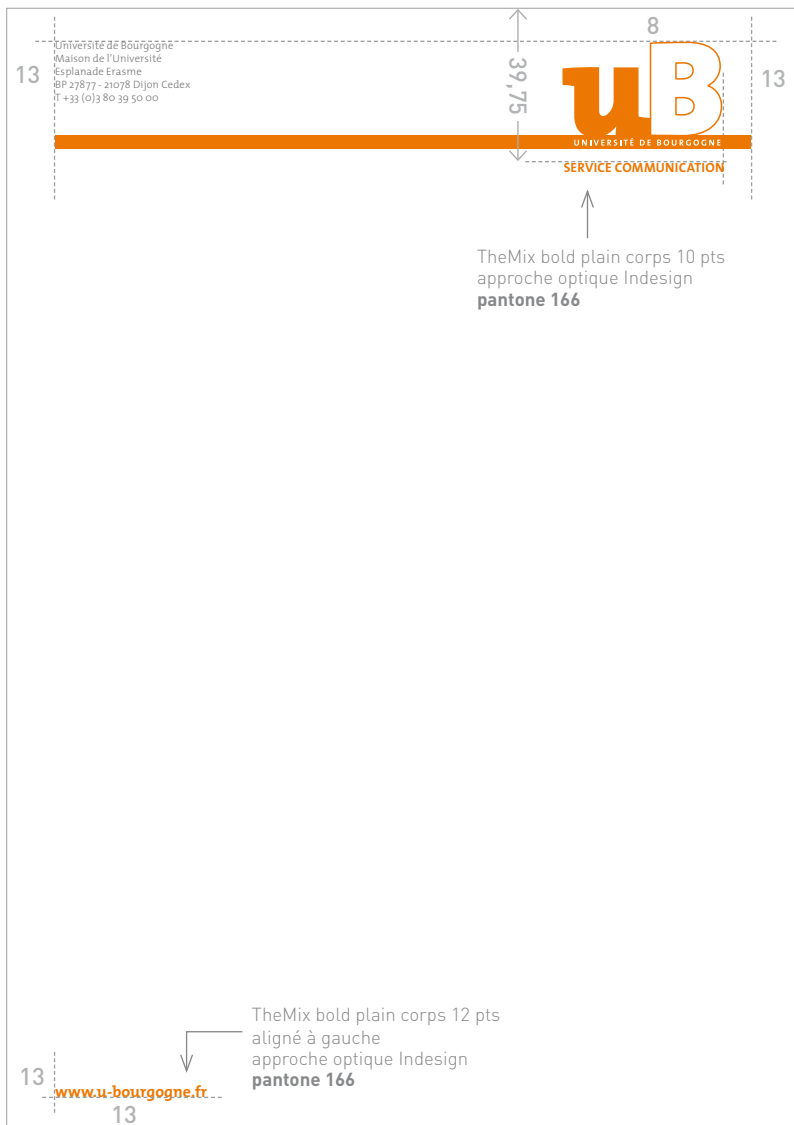


# La papeterie des entités\*

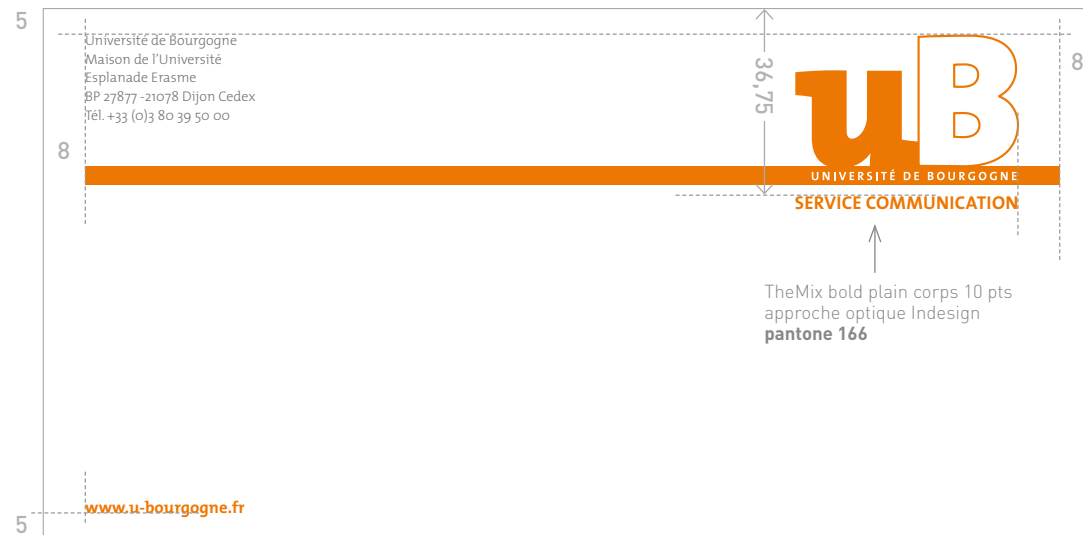
## Entité sans logo

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

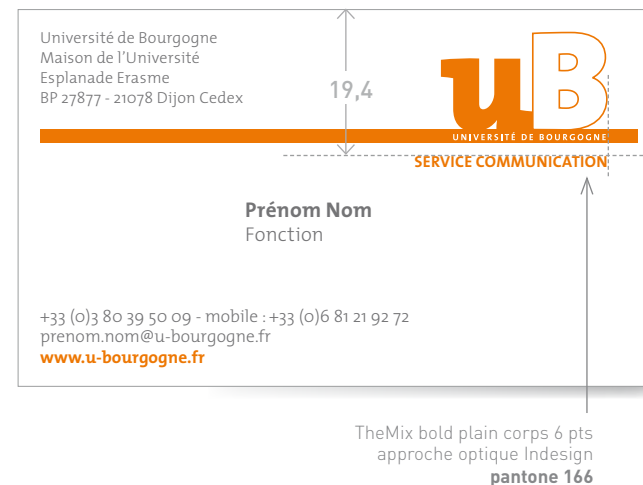
1 PAPIER ENTÊTE A4 1



2 CARTE CORRESPONDANCE 200 x 100 mm



3 CARTE VISITE 85 x 50 mm





# La papeterie des entités avec logo 1/2

## Entité avec logo

### 1 PAPIER ENTÊTE A4

13  
1x

8

13

iae  
DIJON

UB  
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

TheMix light plain corps 8 pts  
aligné à gauche  
interlignage auto (120 %)  
approche optique Indesign  
**pantone cool gray 11**

Institut d'Administration  
des Entreprises  
2, Bd. Gabriel  
BP 26611 - 21066 DIJON Cedex  
Tél. +33 (0)3 80 39 57 48

iae.u-bourgogne.fr

13

13

### 2 CARTE CORRESPONDANCE 200 x 100 mm

iae  
DIJON

UB  
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

TheMix light plain corps 7,5 pts  
aligné à gauche  
interlignage 10 pts  
approche optique Indesign  
**pantone cool gray 11**

Institut d'Administration  
des Entreprises  
2, Bd. Gabriel  
BP 26611 - 21066 DIJON Cedex  
Tél. +33 (0)3 80 39 57 48

iae.u-bourgogne.fr

### 3 CARTE VISITE 85 x 50 mm RECTO SEUL

VARIANTE POSSIBLE,  
VOIR PAGE SUIVANTE

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE  
UFR des Sciences et des Techniques  
9 avenue Alain Savary  
BP 47870 - 21078 DIJON Cedex



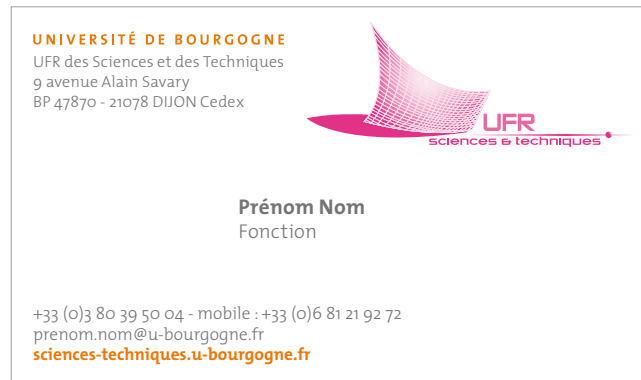
Prénom Nom  
Fonction

+33 (0)3 80 39 50 04 - mobile : +33 (0)6 81 21 92 72  
prenom.nom@u-bourgogne.fr  
**sciences-techniques.u-bourgogne.fr**

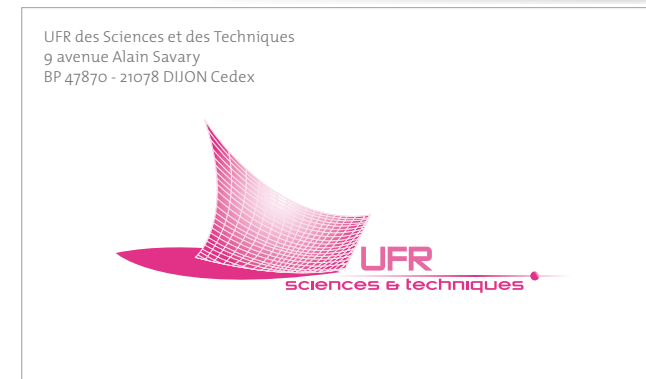
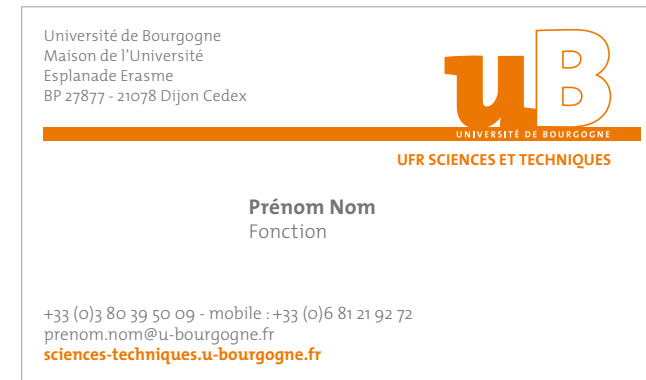
# La papeterie des entités avec logo 2/2

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

## 1 PAPIER ENTÊTE A4

TheMix light plain corps 8 pts aligné à gauche interlignage auto (120 %) approche optique Indesign **pantone cool gray 11**

↓

Institut d'Administration des Entreprises  
2, Bd. Gabriel  
BP 26611 - 21066 DIJON Cedex  
Tél. +33 (0)3 80 39 57 48

UFR des Sciences et des Techniques  
9 avenue Alain Savary  
BP 47870 - 21078 DIJON Cedex  
Tél. +33 (0)3 80 39 50 04

TheMix bold plain corps 10 pts aligné à gauche approche optique Indesign **pantone 166**

13

13

1x

8

UB  
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

iae  
DIJON

UFR  
sciences & techniques

iae.u-bourgogne.fr

sciences-techniques.u-bourgogne.fr

iae  
DIJON

UFR  
sciences & techniques

UB  
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

TheMix light plain corps 7,5 pts aligné à gauche interlignage 10 pts approche optique Indesign **pantone cool gray 11**

Institut d'Administration des Entreprises  
2, Bd. Gabriel  
BP 26611 - 21066 DIJON Cedex  
Tél. +33 (0)3 80 39 57 48

UFR des Sciences et des Techniques  
9 avenue Alain Savary  
BP 47870 - 21078 DIJON Cedex  
Tél. +33 (0)3 80 39 50 04

iae.u-bourgogne.fr

sciences-techniques.u-bourgogne.fr

## 2 CARTE CORRESPONDANCE 200 x 100 mm

Université de Bourgogne  
Maison de l'Université  
Esplanade Erasme  
BP 27877 - 21078 Dijon Cedex

UB  
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

UFR MÉDECINE UFR SCIENCES ET TECHNIQUES

Prénom Nom  
Fonction

+33 (0)3 80 39 32 00 - mobile : +33 (0)6 81 21 92 72  
prenom.nom@u-bourgogne.fr  
[www.u-bourgogne.fr](http://www.u-bourgogne.fr)

## 3 CARTE VISITE 85 x 50 mm RECTO VERSO

UFR des Sciences et des Techniques  
9 avenue Alain Savary  
BP 47870 - 21078 DIJON Cedex

Faculté de Médecine  
7 Bd Jeanne d'Arc  
BP 87900 - 21079 DIJON CEDEX  
Fax. : +33 03 80 39 33 00

UFR  
sciences & techniques

M  
Médecine-Dijon

# 4. Signalétique

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

TOTEM EXTERIEUR



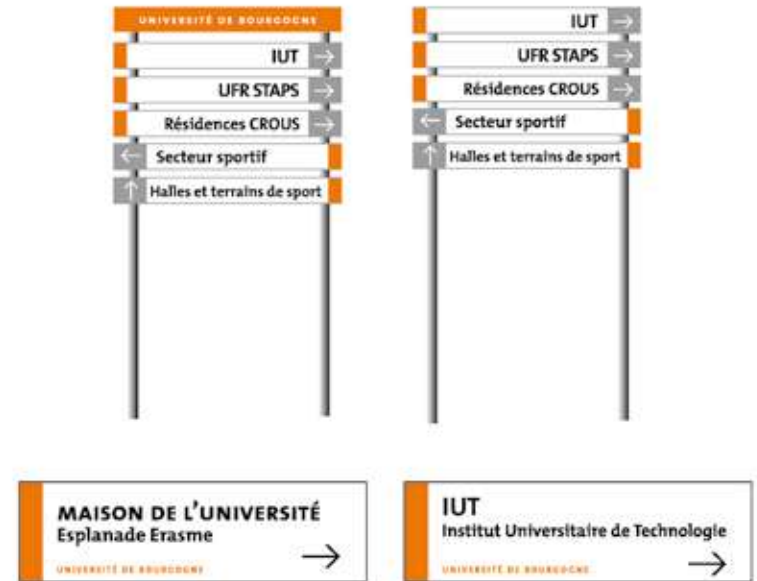
PANNEAUX PORTIQUES



PANNEAUX SUR PIEDS



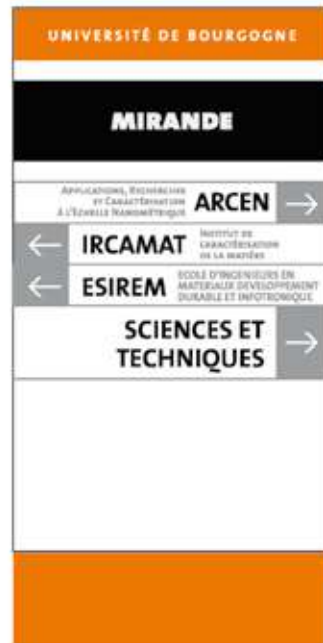
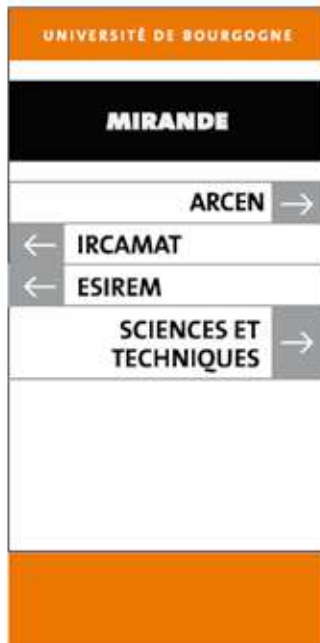
FLÉCHAGE CARREFOURS CAMPUS



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 réflexe de contacter le(la) chargé(e) de communication de votre entité (voir les noms des membres réseau des communicants 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 complété, 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](mailto: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'Étudiant et Maison de l'Université. Également au Creusot.**

Achat possible via un bon de commande interne.

Également en ligne pour le public : [www.boutique-ubourgogne.com](http://www.boutique-ubourgogne.com)

### MARQUAGE PERSONNALISÉ

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

rdv sur : [www.promo-u-bourgogne.com](http://www.promo-u-bourgogne.com) / commande personnalisée / service administratif / mot de passe - **mail : [contact@promo-ubourgogne.com](mailto: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](mailto: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 communicants 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](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto: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) : <http://phototheque.u-bourgogne.fr>*

### COMMANDE PERSONNALISÉE

Nous pouvons vous mettre en relation avec des photographes ayant déjà travaillé 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>*