UNIVERSITÉ
de Cergy-Pontoise

# CHARTE GRAPHIQUE

L'université de Cergy-Pontoise s'est dotée d'une charte graphique permettant d'utiliser son logotype sur tous les supports réalisés pour et par les composantes ou les services, ainsi que par ses différents partenaires. Ce guide a pour but d'harmoniser, d'établir la cohérence et de renforcer la lisibilité de toutes les actions de communication en interne comme à l'externe.

Il importe qu'un sentiment de qualité et de continuité visuelle émane des documents, vecteurs de l'image de l'établissement. Chacun possède ses habitudes de mise en page, voire ses préférences ; la créativité de chacun doit pouvoir s'exprimer. La charte graphique offre le cadre de référence au sein duquel chacun des documents doit trouver sa place. Ce cadre n'est pas figé et évoluera naturellement avec les années. C'est la raison pour laquelle vous pourrez retrouver toutes les indications actualisées, ainsi que les fichiers à télécharger sur le site intranet.

La charte graphique doit être remise à tout imprimeur ou graphiste chargé de la réalisation d'un support.

Pour tout usage dont les caractéristiques ne figurent pas dans ce document, il importe que le service communication valide les choix graphiques effectués.

Je suis persuadé de l'intérêt que vous porterez au respect cette charte graphique pour une meilleure efficacité de la communication de l'établissement et vous en remercie.

Le président.

**Service communication institutionnelle**

33, boulevard du Port
95011 CERGY-PONTOISE CEDEX

communication@u-cergy.fr
téléphone **01 34 25 60 98**
télécopie **01 34 25 61 00**

# LE LOGOTYPE

*Exemple à l'échelle 1*




*Réduction homothétique à 50 % de l'original exemple (ici la réduction du logotype est au maximum autorisé, soit 20 mm de hauteur)*




*Le logotype en noir sur fond blanc.*




Le logotype se compose de deux éléments indissociables :

- La lettre « Y » stylisée qui exprime la croissance (élan vers le haut) et évoque la boucle de l'Oise et de la Seine (ancrage territorial). Le « Y » bicéphal incarne à la fois la tradition (culture grecque) et la modernité (ouverture internationale, cette lettre concluant de nombreux mots anglais et en particulier « university »). Enfin, c'est la lettre la plus singulière de Cergy-Pontoise et l'anagramme de « cergy ».
- Le nom de l'établissement : « UNIVERSITÉ de Cergy-Pontoise ».

Quelles que soient les dimensions du logotype, le rapport entre le visuel et les mots est fixe. Une attention particulière sera portée au respect des mises à l'échelle homothétiques (pas d'étirement du texte, pas de modification du rapport hauteur-largeur, etc.). La taille du logo ne peut pas descendre en dessous de 20 mm de haut. Chaque support doit obligatoirement contenir au minimum le logo de l'établissement clairement visible. Les composantes qui possèdent un logo doivent utiliser le logo de l'université en plus du leur. Le service communication sera sollicité en ce sens par les intéressés.

## VARIANTES POSSIBLES

Le logotype est également réalisable en noir sur fond blanc si techniquement le violet Pantone® 255 ou sa correspondance quadrichromique ne sont pas utilisables (impression jet d'encre ou laser en noir, reprographie monochrome, impression offset en noir, etc.).

Le logotype peut aussi s'inscrire au sein d'un bandeau (voir exemples pages suivantes). Il est alors :
- blanc sur un fond noir
ou
- blanc sur un fond d'une couleur choisie dans la palette retenue (voir page suivante).

Néanmoins, dans ce cas, le lotype doit s'inscrire au sein d'un bandeau horizontal ou vertical délimité par les bords du papier (bords perdus). Le logotype est alors centré horizontalement dans le bandeau.

Il est centré verticalement dans le cas d'un bandeau horizontal et il est positionné en pied dans le cas d'un bandeau vertical (voir exemple carte de correspondance en page 6).

# LES COULEURS

X *Couleurs non autorisées pour les cartes de visites et de correspondance*

La simplicité et la sobriété du logotype repose sur sa monochromie et sur le choix d'une palette obligatoire limitée à treize couleurs qui permettent à chacun de se l'approprier et de le faire cohabiter avec d'autres logos (CNRS, ministère, etc.).

Cette palette de couleurs sera utilisée pour l'ensemble des supports de communication. En cas de combinaison de couleurs, on veillera à éviter des associations trop nombreuses et/ou peu harmonieuses. En effet, pour une meilleure efficacité visuelle, il est préférable de ne pas combiner plus de quatre couleurs sur un même espace visuel (affiche, tract, couverture, page écran, etc.). Une attention particulière sera portée à l'harmonie des couleurs.

La couleur de référence des documents, dite couleur institutionnelle, est le violet (Pantone® 255). Le logo sera préférentiellement présenté dans cette couleur.

En cas d'utilisation sur un fond de couleur (choisi dans la palette) ou sur un fond noir, le logo sera obligatoirement blanc.

Pour un positionnement sur un fond blanc, le logo doit obligatoirement être en Pantone® 255 ou à défaut en noir.

Le logo ne pourra pas être utilisé sur un fond photographique. Dans ce cas, on aura recours à un bandeau vertical ou horizontal d'une couleur de la palette (voir pages suivantes).

**PALETTE PANTONE®**
**ET CORRESPONDANCE QUADRICHROMIQUE**

Pantone® 168 (C 0 %, M 56 %, J 100 %, N 60 %)

Pantone® 201 (C 0 %, M 100 %, J 43 %, N 0 %)

X

Pantone® 206 (C 0 %, M 100 %, J 43 %, N 0 %)

Pantone® 255 (C 51 %, M 91 %, J 0 %, N 34 %)

Pantone® 301 (C 100 %, M 43 %, J 0 %, N 18,5 %)

Pantone® 320 (C 100 %, M 0 %, J 30,5 %, N 6 %)

Pantone® 341 (C 100 %, M 0 %, J 69 %, N 30,5 %)

Pantone® 362 (C 76 %, M 0 %, J 100 %, N 11,5 %)

Pantone® 397 (C 11,5 %, M 0 %, J 100 %, N 11,5 %)

X

Pantone® 471 (C 0 %, M 56 %, J 100 %, N 18,5 %)

X

Pantone® Blue 072 (C 100 %, M 79 %, J 0 %, N 0 %)

Pantone® Red 032 (C 0 %, M 94 %, J 87 %, N 0 %)

X

Pantone® Yellow (C 0 %, M 0 %, J 100 %, N 0 %)

# TÊTES DE LETTRE

Premier vecteur de l'image de l'établissement, la nouvelle tête de lettre affirme fortement l'identité de l'université, par la présence d'un bandeau de couleur sur lequel le logo est centré, en blanc. La couleur institutionnelle (violet - Pantone® 255) du bandeau de tête de page est reprise en pied de page.

## LES UTILISATIONS

Pour la correspondance externe, on aura recours exclusivement à cette tête de lettre (ci-dessous).

Pour la correspondance interne, la tête de lettre officielle aura la priorité. Il est toutefois possible d'utiliser le modèle « simplifié » présenté page de droite (mais uniquement en interne).

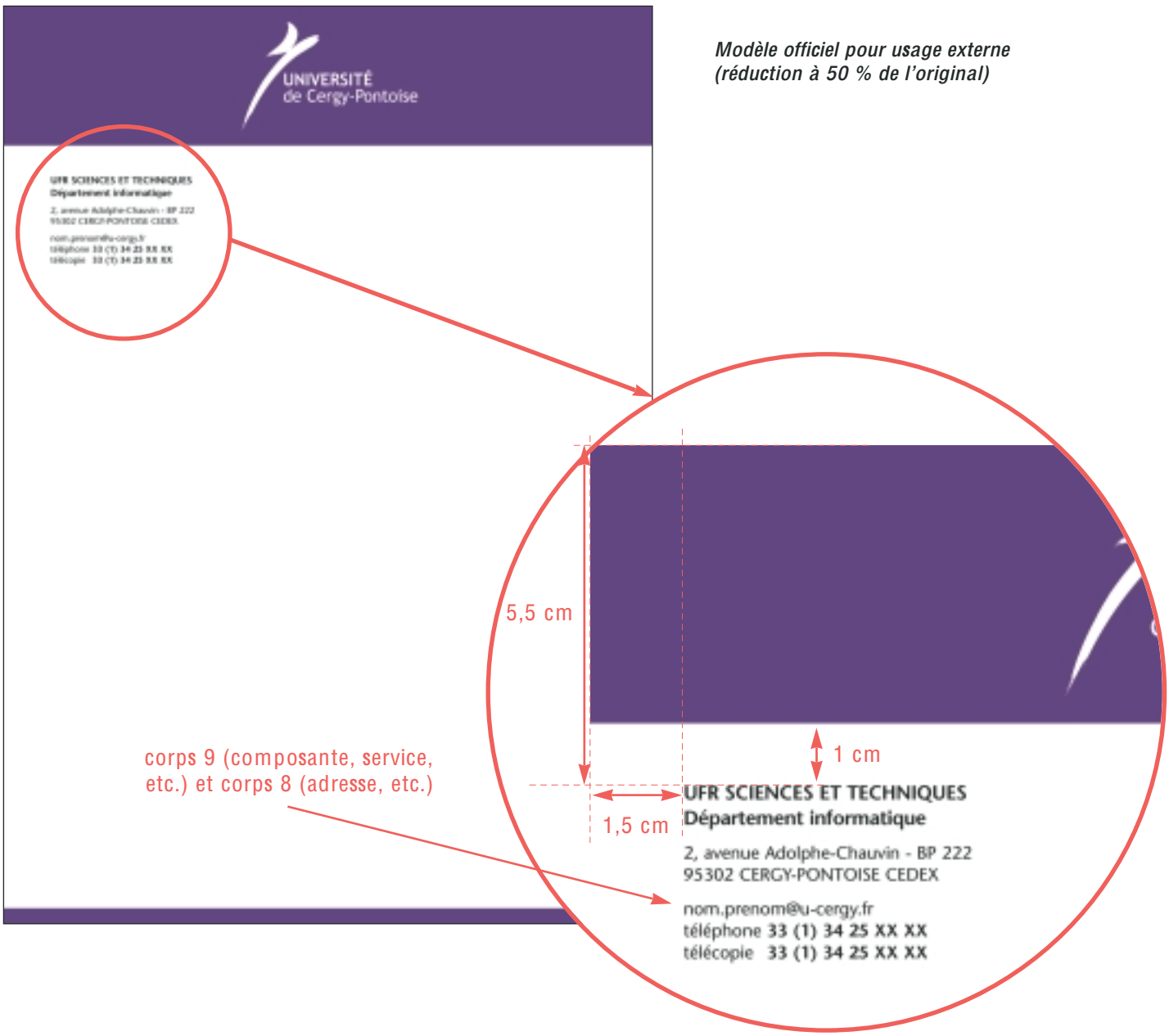
Dans les deux cas, les pages de suite seront blanches (sans logo).

## LE TIMBRE

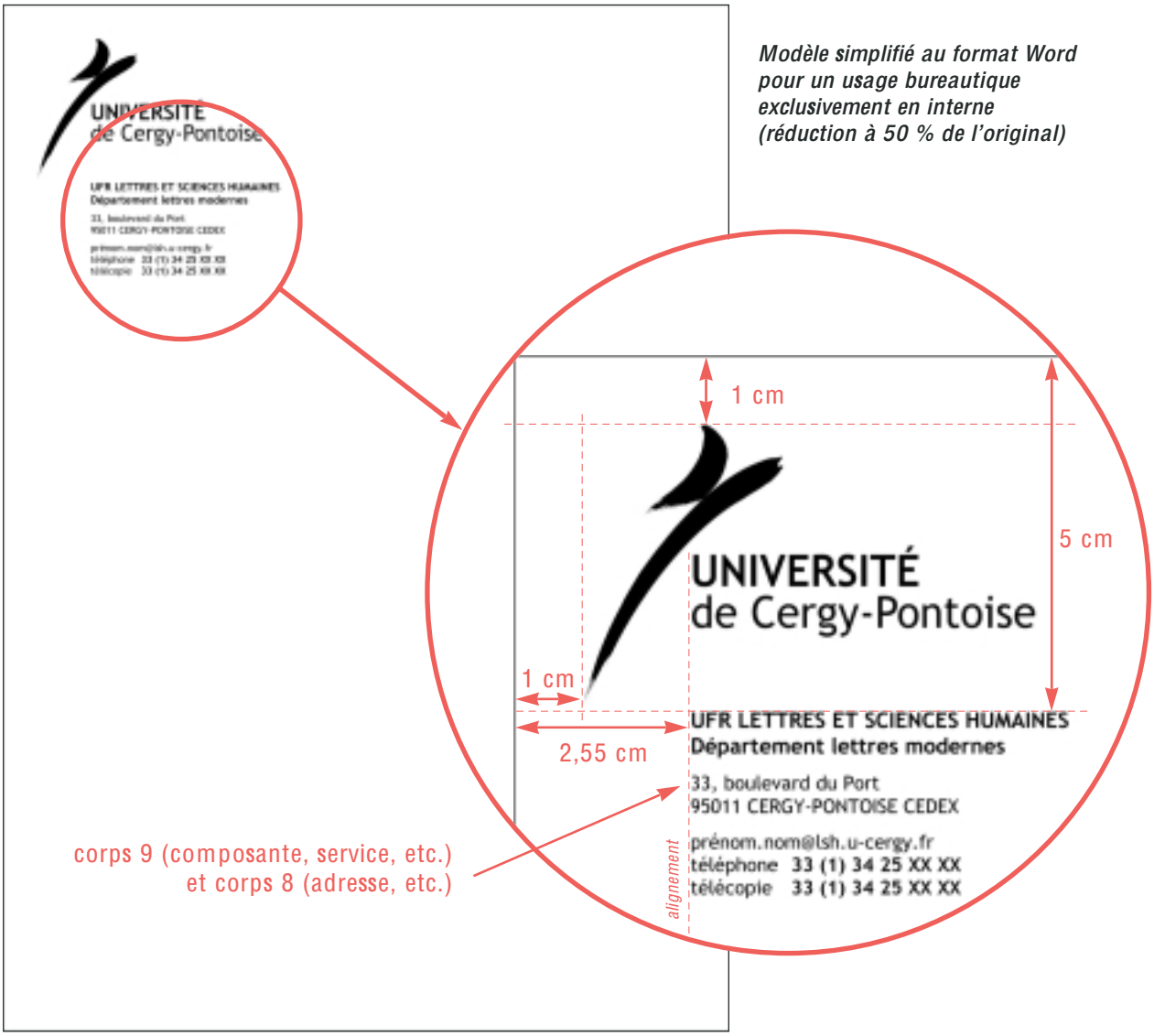
Le timbre (identité de l'émetteur) est ancré à un emplacement précis dans la page (voir dimensions ci-contre).

Il comprend obligatoirement les mentions suivantes :
- NOM DE LA COMPOSANTE OU DE LA DIVISION
  (en gras + majuscules),
- le cas échéant nom du département ou du service (en minuscules),
- adresse du site (en minuscules),
- code postal et ville (en majuscules),
- mél., téléphone et télécopie (en minuscules et notation internationale avec le préfixe 33).

*Modèle officiel pour usage externe*
*(réduction à 50 % de l'original)*



# TÊTES DE LETTRE




*Modèle simplifié au format Word pour un usage bureautique exclusivement en interne (réduction à 50 % de l'original)*

## CORPS DU TEXTE

A la différence du timbre, la police de caractères du corps de la lettre est le Times, corps 10. La justification du texte préconisée est une justification totale. La marge du bord de la feuille recommandée à droite est de 2,5 cm pour la lettre externe avec bandeau violet et de 3,5 cm pour le modèle interne. La marge droite est identique pour les deux modèles à 2 cm. Concernant la marge entre le timbre et le corps du texte, un minimum de 1 cm semble souhaitable.

Les modèles de lettre en forme administrative et en forme personnelle sont sur le site Intranet (http://infocom.u-cergy.fr).

## LA TYPOGRAPHIE

La création d'un support clair comportant textes et images suppose une mise en page qui facilite la lecture simple et agréable. La cohérence entre les différentes parties d'un document ou au sein d'une catégorie de supports est accentuée par l'utilisation d'un nombre réduit de polices de caractères.

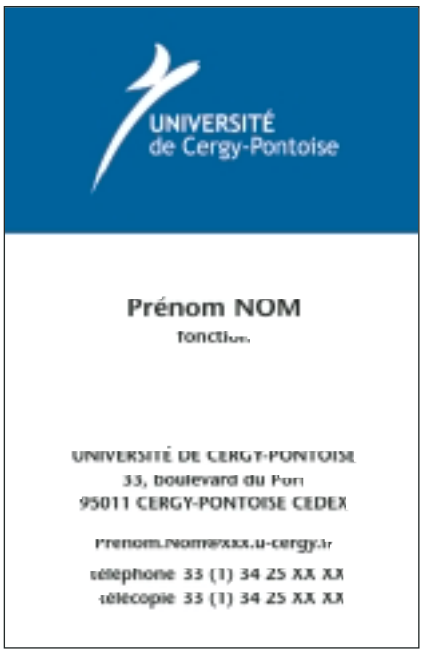
La police de caractère du logotype est Trebuchet MS. En toute généralité, pour le texte courant d'un document (dépliant, chemise, affiche, etc.), la police de caractère préconisée est Stone serif (à défaut Times ou Times new roman). Pour les titres ou les textes courts, la police préconisée est Stone sans serif (à défaut Trebuchet MS, Arial ou Helvetica).

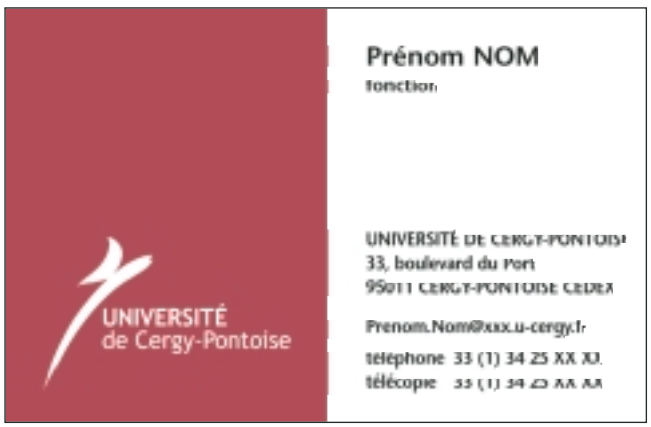
Trebuchet
Stone sans serif
Arial
Helvetica
Stone serif
Times
Times new roman

# CARTES DE VISITE OU DE CORRESPONDANCE



*carte de correspondance en réduction à 50 % de l'original*




verso fixe




carte recto/verso

**cohabitation avec un autre logotype : carte recto/verso.**

Verso fixe avec logo blanc en défonce sur fond d'une couleur choisie dans la palette de référence, et recto personnalisable pour cohabitation avec un autre logotype (institut, CNRS, etc.).

recto personnalisable

Deuxième vecteur de l'image institutionnelle, les deux formats de cartes de visite et la carte de correspondance reprennent le principe de la tête de lettre.

Verticales ou horizontales, les cartes de visite se déclinent en plusieurs couleurs (11 parmi 13). Le logo est centré verticalement et horizontalement quand il est utilisé sur le bandeau horizontal ; il est centré horizontalement et placé en bas du bandeau vertical.

Il n'existe qu'un seul modèle de carte de correspondance avec un bandeau vertical dans une des couleurs de la palette. Le logo blanc est placé en bas, centré horizontalement.

## COHABITATION AVEC UN AUTRE LOGOTYPE

En cas de cohabitation avec d'autres logos (laboratoire, institut, etc.), la carte de visite sera obligatoirement composée de deux faces. Sur la première face, figureront le logo et l'identité de l'institut ainsi que les coordonnées de la personne. Sur la seconde face, le logo de l'université sera imprimé en blanc sur un fond de couleur tel que présenté ci-contre.

# LES « INTERDITS »

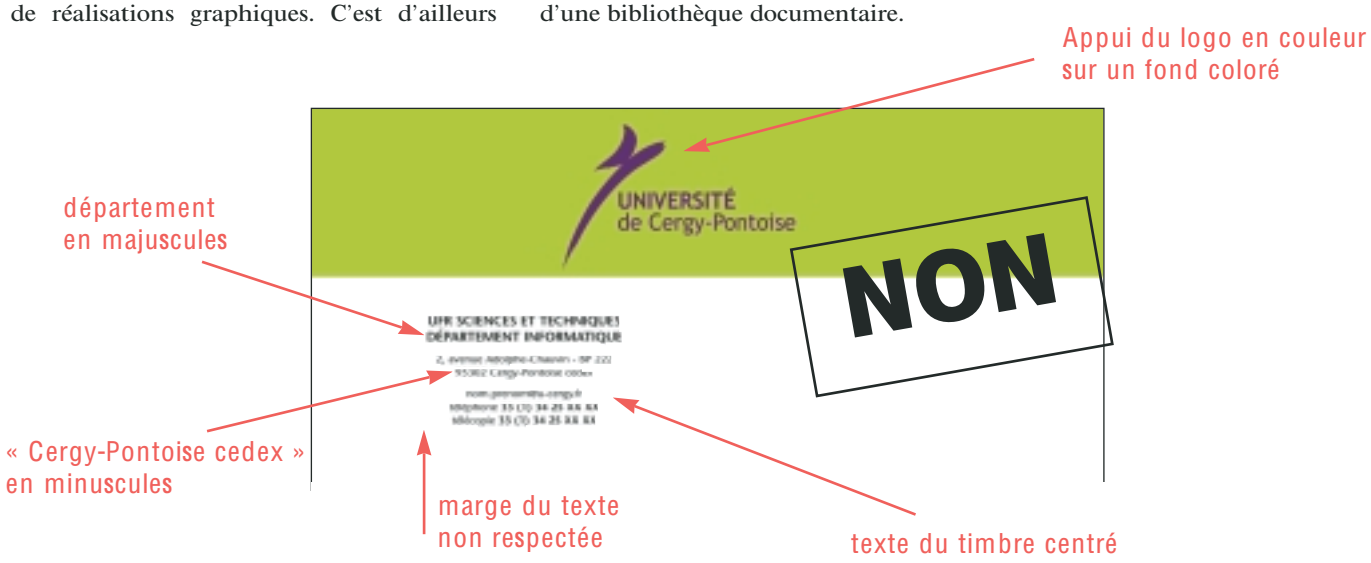
Pour vous aider à mieux appréhender les spécificités de la charte graphique de l'université de Cergy-Pontoise, les deux pages, intitulées des « interdits », vous livrent quelques exemples... à ne pas suivre !

Naturellement, cette simulation est loin d'être exhaustive, mais elle a simplement l'ambition d'explorer rapidement quelques pistes - a priori - plausibles d'une utilisation non informée de la charte graphique. Il s'agit d'éviter une déclinaison désordonnée des éléments de la charte qui risquerait de conduire à la dispersion de l'image de l'établissement.

La cohérence globale recherchée par la mise en place de la charte graphique, sans esprit de normalisation abusif, repose sur des repères solides sur lesquels appuyer tous types de réalisations graphiques. C'est d'ailleurs l'esprit général du présent document : guider pour servir, sans aucune volonté de contraindre, restreindre ou freiner.

L'université de Cergy-Pontoise a un besoin vital d'informer et de communiquer. La charte graphique a donc très naturellement un rôle important à jouer en qualité d'instrument majeur d'orientation et de conseil.

Néanmoins, quelle que soit sa qualité, ce document de référence ne remplace pas le contact direct et l'écoute que peut vous apporter le service communication de l'université. N'hésitez-pas à le consulter dans le cadre de l'élaboration de vos documents et de lui transmettre un exemplaire de vos réalisations afin de participer à la constitution d'une bibliothèque documentaire.






# LES « INTERDITS »







