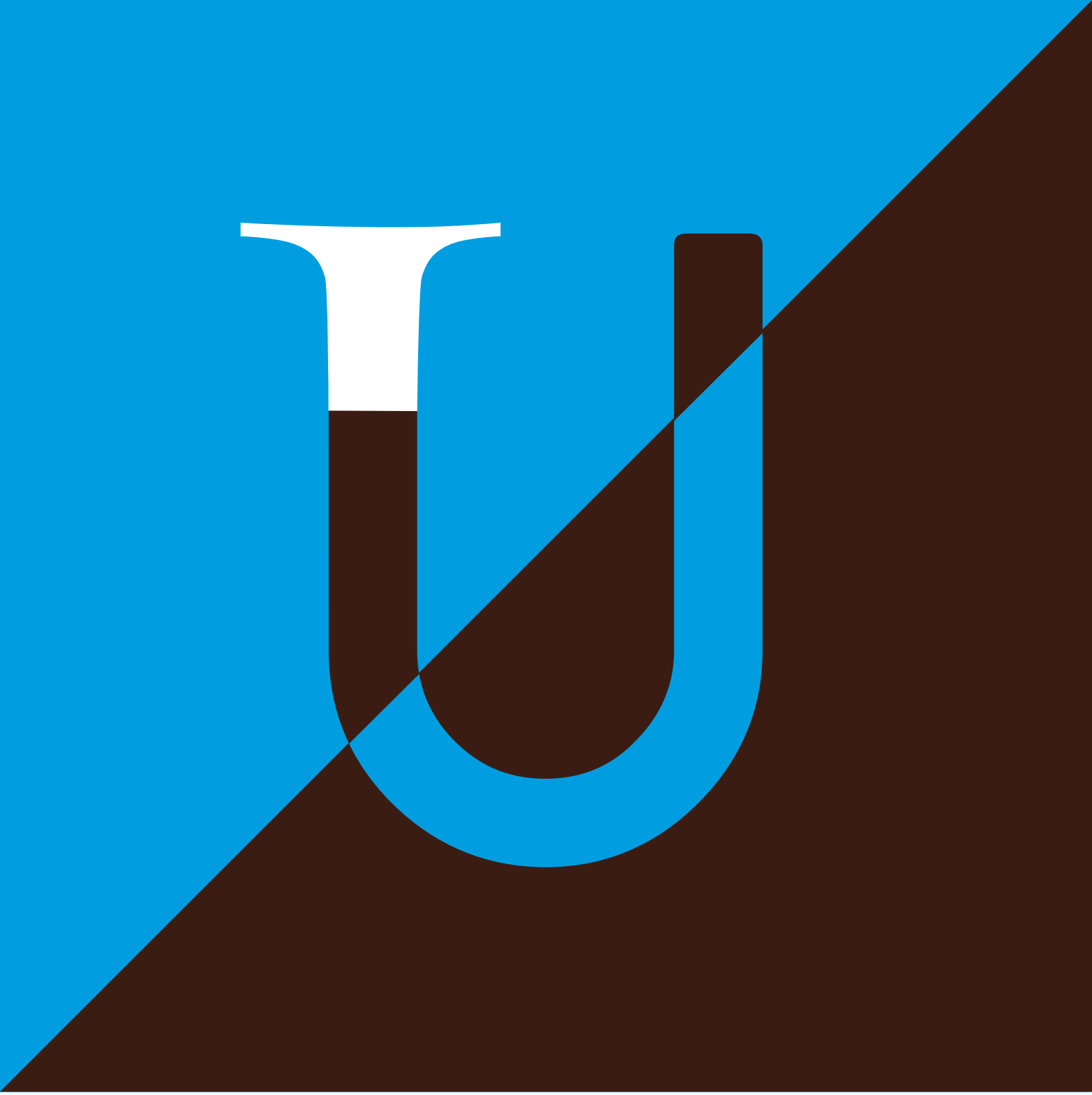
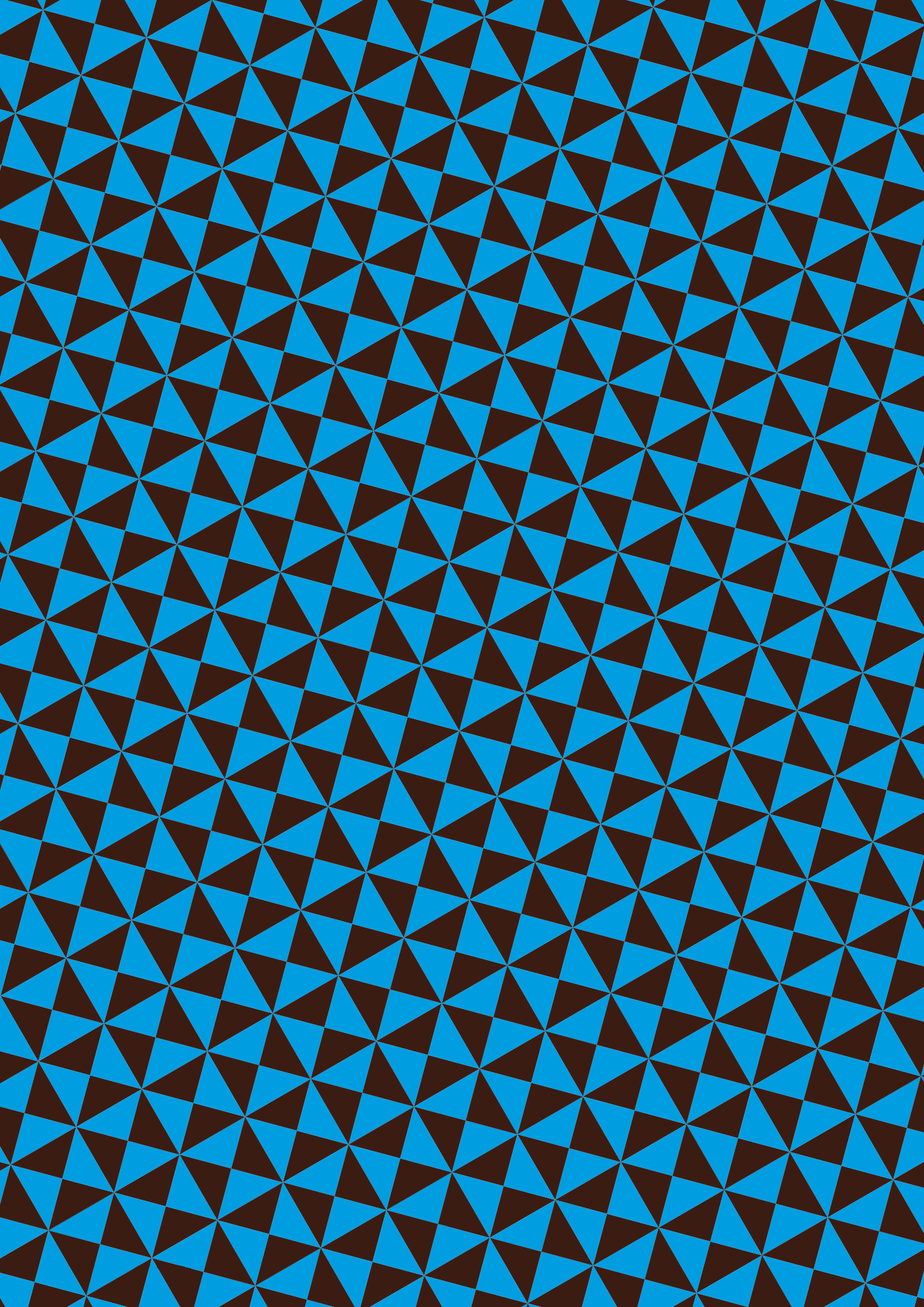


# Identité visuelle

12.2013

université de BORDEAUX



**La charte graphique de l'université de Bordeaux**

Ce document est un outil de travail mis à la disposition des différents utilisateurs de l'identité visuelle de l'université de Bordeaux. Chacun pourra y trouver l'ensemble des normes graphiques qui en régissent l'usage.

Le logotype, les couleurs, l'univers visuel, constituent des signes qui permettent d'exprimer l'identité de l'université et forger son image. Leur utilisation est définie par des règles.
Leur application systématique et rigoureuse est essentielle au maintien et à la cohérence de l'image de marque de l'université

La charte graphique est communicable à l'ensemble des partenaires ou prestataires et téléchargeable avec tous ses modèles sur le site internet de l'université.

Pour toutes précisions ou questions, la direction de la communication se tient à votre disposition pour vous aider.

La direction de la communication

**09 LE LOGOTYPE**
**23 LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE**
**51 LES COMPOSANTES ET LES LABORATOIRES DE RECHERCHE**
**65 L'UNIVERS**
**73 L'ÉDITION**
**93 LA SIGNALÉTIQUE**
**105 ANNEXES**

**09 LE LOGOTYPE**
11 Présentation
13 Les éléments de construction
14 Les couleurs
15 Le logotype
16 L'espace de respiration et la taille minimale d'utilisation
17 Les versions chromatiques
18 L'utilisation sur fonds colorés ou images
20 Les interdits
21 La variante verticale

**23 LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE**

24 Papier à lettre et suite de lettre

27 Papier à lettre noir et blanc

28 Papier à lettre et suite de lettre construction

32 Bordereau d'envoi

34 Télécopie

36 Compte-rendu

37 Communiqué de presse

38 Cartes de visite

40 Carte de correspondance

42 Chemises

44 Enveloppes

46 Tampon et flamme postale

47 Sceau

48 Labels d'excellence

50 Signature mail

**51 LES STRUCTURES DE FORMATION ET DE RECHERCHE**

53 Papier à lettre des collèges

54 Papier à lettre des structures de formation

56 Principe de construction des structures de formation

58 Principe de signature des structures de recherche

60 Papier à lettre des structures de recherche

61 Carte de visite des structures de recherche

62 Carton de correspondance des structures de recherche

**65 L'UNIVERS**

66 Formes graphiques

68 Caractères typographiques, polices d'accompagnement

70 Palette de couleurs

71 Style photographique

**73 L'ÉDITION**
74 Règles de co-marquage
75 Brochure institutionnelle
76 Brochures de formation
78 Présentation des programmes
79 Couvertures variées
80 Mise en page intérieures variées
82 Invitation
84 Affiche
86 Flyer
87 Diaporama de présentation
88 Écrans de veille
89 Site internet

**93 LA SIGNALÉTIQUE ET LES OBJETS DÉRIVÉS**
94 Marquage de porte
96 Marquage de bâtiment
98 Banderoles et kakemonos événementiels
100 Kakemonos
102 Les objets dérivés

**105 ANNEXES**
106 Règles typographiques
108 Concept dans son intégralité
110 Collection de greffons
112 Emplacement des greffons

# Le logotype

**Université de Bordeaux, un système graphique**

Le système graphique de l'université de Bordeaux (logotype, écriture, couleurs, applications…) exprime l'identité d'une institution ouverte, humaniste et bordelaise, dédiée à la recherche et à la diffusion du savoir. Il est à la fois ancré dans l'histoire et pionnier de l'ère digitale.

Le choix de l'écriture plutôt que d'un dessin répond à une volonté d'expression de sens et aussi à une pratique largement partagée par les grandes universités dans le monde. Les mots « université » et « Bordeaux » disent l'essentiel ; chacun des deux est lisible et compréhensible dans le monde entier ; l'émetteur est immédiatement identifié, localisé.

Le mot « université » est entièrement en minuscules comme l'écriture manuscrite (transposition du travail intellectuel) et dans le respect du code typographique appliqué à un nom commun.
Le mot « Bordeaux » est en majuscules ; il reprend le code des panneaux d'entrée de ville pour évoquer le caractère unique du territoire.

L'histoire de l'université de Bordeaux – comme celle des universités en général – est parallèle à celle de la typographie, art et artisanat mis au service de la diffusion du savoir : création en 1441 au moment où Gütenberg invente les caractères mobiles d'imprimerie ; refondation en 1896 lors de la révolution moderne de l'imprimerie ; recréation en 2014 à l'ère digitale. C'est pourquoi des éléments tirés d'autres typographies anciennes ou contemporaines (terminaisons, jambages, empattements…) constituent des greffons qui viennent dynamiser le mot « université » et expriment le savoir, qui vit et évolue sans cesse. À ce titre, ils diffèrent d'un support à l'autre et ils sont même conçus pour être en mouvement sur les supports digitaux.

Symbolisant la modernité, la fluidité, le savoir, et aussi le ciel et l'eau d'Aquitaine, le bleu cyan des greffons est associé au marron foncé de l'écriture qui lui exprime l'histoire, la solidité, le territoire, et aussi le terroir de Bordeaux.

Associé au jeu des couleurs, le système graphique offre ainsi des variations multiples, il est ouvert, il se combine aisément avec d'autres établissements, il change selon les supports ; et toujours il exprime une identité unique : celle de l'université de Bordeaux.

## Les éléments de construction

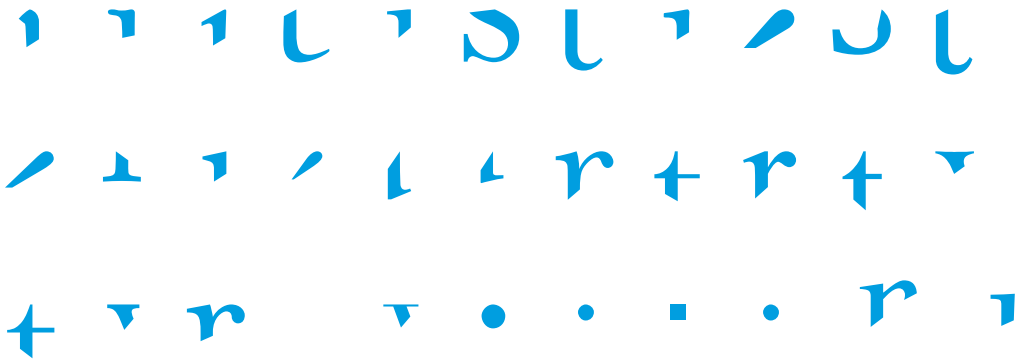
Le calage



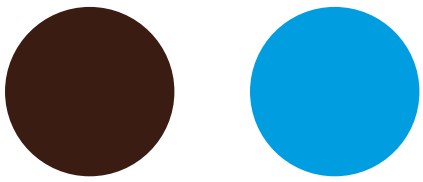

La base




Les greffons

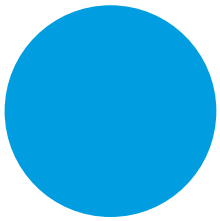


Les couleurs



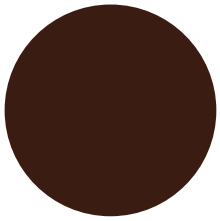
La base Les greffons

## Les couleurs



Dénomination : « Cyan » ou «Bleu»

| CMJN | Pantone |
|---|---|
| 100 / 0 / 0 / 0 | Process Cyan |
| **RVB** | **Hexadecimal** |
| 0 / 157 / 224 | #009DE0 |
| **RAL** | **3M Opaque** |
| SM-AF 5646 | Olympic Blue SC-80-57 |



Dénomination : « Marron »

| CMJN | Pantone |
|---|---|
| 30 / 72 / 74 / 84 | 476 |
| **RVB** | **Hexadecimal** |
| 68 / 58 / 49 | #443A31 |
| **RAL** | **3M Opaque** |
| SC-AT 5875 | Deep Mahogany Brown SC-80-19 |

**Le logotype**
Il existe 10 versions du logo mis à disposition pour les différents supports.
Aucune en particulier n'est à privilégier.
Cette configuration est la forme institutionnelle du logotype à utiliser dans la majorité des cas.

Aucun élément constitutif du logo ne peut être modifié (couleur, typographie, dimensions entre élements,etc.)
Il ne peut être redessiné et doit toujours être reproduit à partir d'un document de référence de bonne qualité, fourni par la direction de la communication de l'université de Bordeaux.



## L'espace de respiration

Il est nécessaire de respecter une zone de protection ou espace de respiration du logotype afin qu'aucun autre élément ne vienne perturber sa lisibilité. Cette zone se calcule en reportant la hauteur du *u* de *université* sur les contours du logo comme indiqué ci-dessous, quelle que soit la taille du logo.
Les contours du logo sont :

- gauche : le bord du *u* (base marron)
- bas : la ligne de pied de *BORDEAUX*
- droite : la terminaison de la jambe du *X* de *BORDEAUX*
- haut : dessous du point du *i* de *université*.

On obtient ainsi un cadre imaginaire, ici indiqué en rouge, qui délimite la zone de protection.




Iti aligenecae quo bla sit molute commolo reptam ipsunt adiaten ectatem que enda veles velecates aut est poratur autata dolupta doluptureru m intibusam isquo essin consecepro moditae nulla volorenis ipsandignate qui omni quatus arum sum et moditin ctaspelent.
Damus, sandi cus vel ipsum ut auditat istrume nihitassit que et doluptur, sum haria etur re et et facil is mos exerferum ipsandandae plander ferunt iume intinctiunt latioresti unt poribus, vel et am ad ut la dissint rem doluptae reptate sequam eictus ad ut optis aborerferem sape opta que verum di beaquas inctasped ulluptat porem conseque lacernat omni doluptio eniet, te cuptatiatur, vellestibus re pore nobitiamus simi, quae everaeperum dipis est arciderum nobit autati nempora volupta tectem qui corporeium issincturero bearum volest volupta sitiber ibust, occae. Ut audam ressim quodita sam rerro cuptat aut quam sit, voluptus autam que pra sa volorep reicimin nobis reprae nus alitatem assitiosto conem nullendanti ipit, officiunt quas exceati onseriatem atiunto di dolo occae repe lia vellace atium, aligenihil mil magni re, conetum sumquis inverfe rectur at evende voluptat.
Ugia ilit eosam delitas alibus di ut ommos ex et endent quas debis modis as ex ea quia perectoriae. Umquia il magnihitatem aut ped quat.
Nequuntia simint, secto doluptatur apiendam, conectas dolorecepe lam, simus, omni id quiderf erecum alignate volessequi suntem. Bercipsandi cus, omniaer ibeaque sequam et voloris di officte odi ut res ditaten dendebi squat.
Occabor acepudandam que nobis mos qui sequosti qui dolecab oreperia volesci pidelig namendipsunt faccatem hiliquam, consequi ut mo ommos nat velloribea is qui ut qui corest prendit aut omnimiinctum quodigendae quam voluptatquis minime est, viducient lis sapiet ari doluptaesto il eos cone sandis ex et, qui comnimeniae. Lorum, ommodio omnimo militios maximus ma abo. Et voloriati con consed es ut latem dolupta nonsequia voluptas a nihit, officid qui

université
de BORDEAUX

## La taille minimale d'utilisation

Afin de garantir une bonne lisibilité de l'ensemble des éléments constituant le logo, celui-ci ne doit pas être utilisé à une taille inférieure à 3,5 cm de large (soit environ 1 cm de hauteur).
Excepté sur les cartes de visite.



## Les versions chromatiques

La version en couleur du logotype est à privilégier.
Quand son utilisation n'est pas possible techniquement, on pourra employer une des versions présentées ci-dessous.

Version en quadrichromie à privilégier

à privilégier




Versions en niveau de gris et monochrome.
Pour les supports qui ne permettent pas une reproduction couleur.

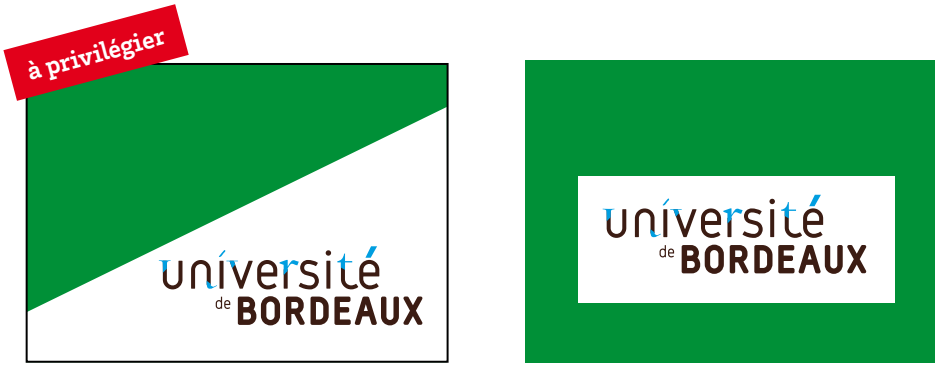





## Les utilisations sur fonds colorés ou images

Sur fond couleur unie ou contrasté, l'utilisation du logo se fera avec un fond blanc (de préférence oblique, voir p.70) en respectant son espace de respiration.

**Logotype couleur sur fond couleur unie**
Dans ce cas, il sera nécessaire de disposer le logo sur un fond blanc afin qu'il n'y ait pas de vibrations visuelles entre les différentes couleurs. Le triangle blanc (ou zone oblique) est à privilégier (voir exemple p. 83).
Si ce n'est pas possible, à défaut, il sera nécessaire de le disposer sur un encadré rectangulaire de fond blanc. On utilisera alors les règles de l'espace de respiration (page 16) pour créer ce fond blanc.




**Logotype couleur sur image contrastée**
Dans ce cas, on choisira d'utiliser un triangle blanc (ou zone oblique) afin de créer une zone de dépôt pour le logo en couleur.
Si ce n'est pas possible, à défaut, il sera nécessaire de le disposer sur un rectangle blanc.
On utilisera les règles de l'espace de respiration (page 16) pour créer ce fond blanc.




**Logotype noir sur image avec zone claire**
On veillera à un contraste supérieur à 50 % pour une bonne lisibité.



On privilégiera le logo en couleur, cependant quand son utilisation n'est pas possible, le logo monochrome est utilisable, sur les fonds colorés, sous réserve d'une bonne lisibilité.

**Logotype noir sur fond de couleur unie claire**
On veillera à un contraste supérieur à 50 % pour une bonne lisibité.




**Logotype blanc sur fond de couleur unie foncée**
On privilégiera le logo en blanc sur une couleur unie. Quand son utilisation n'est pas possible, on pourra employer une couleur en veillant à une harmonie et un contraste supérieur à 50 %.




**Logotype monochrome sur fond blanc**
On veillera à un contraste supérieur à 50 % pour une bonne lisibité.
Sur les supports qui ne permettent pas une reproduction en quadrichromie.












## Les interdits

Les principes qui régissent l'utilisation du logotype sont volontairement simples afin de garantir la force et la cohérence de son identité. Toutefois des erreurs sont toujours possibles.
Cette page présente les erreurs les plus courantes, cette liste n'est pas exhaustive.







Ne pas étirer ou étroitiser en hauteur ou largeur




Ne pas incliner





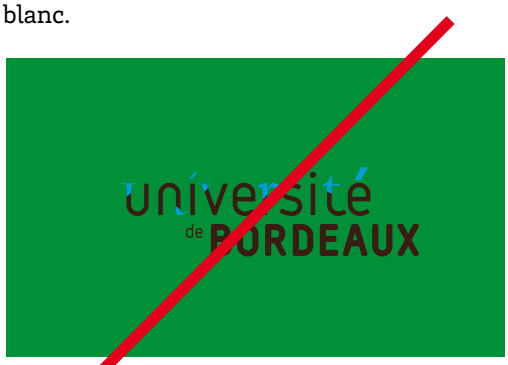





Ne pas utiliser le logo monochrome si il y a possibilité d'utiliser celui en couleur.
Ne pas placer le logo monochrome sur une image ou un fond de couleur sans fond blanc.




Ne pas placer le logo de couleur sur une image ou un fond de couleur sans fond blanc.







Ne pas placer le logo en couleur sur un fond foncé ou clair sans fond blanc.

cas exceptionnel

## La variante verticale

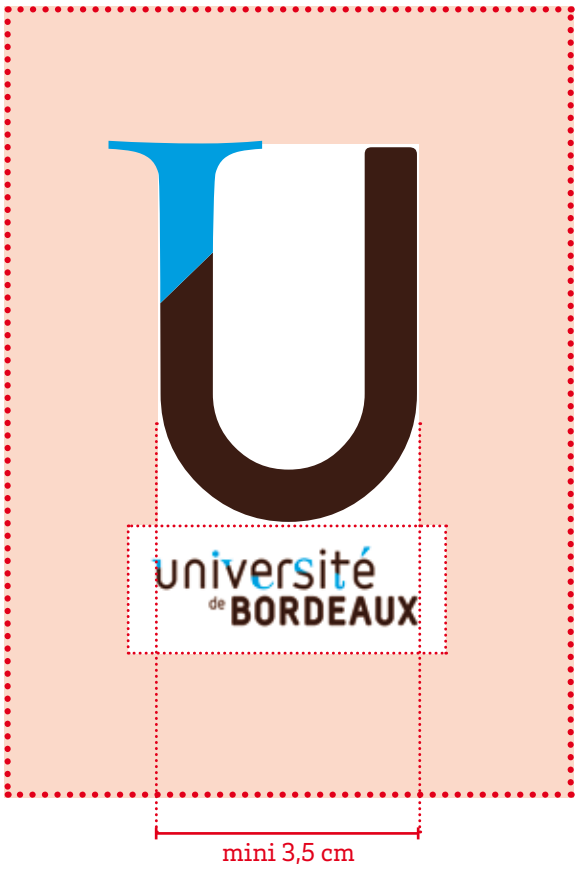
Une variante verticale du logo est à disposition. Son utilisation est soumise à l'appréciation de la direction de la communication. Le format à l'horizontale et en couleur étant à privilégier.
Elle est développé en 4 variations du U.
Cette variante est constituée de 2 éléments :
- le U en grand
- le logo horizontal placé en dessous sur la largeur du U. Il peut lui aussi varier (voir page 15).

### Espace de respiration

Le logo dans sa version verticale doit également toujours être entouré d'une zone de respiration.
Cette zone de respiration ne doit être encombrée d'aucun élément de texte ou de visuel.
Cette zone doit être égale à 200 % de la largeur définitive du logo.

### Taille minimale

Le logo dans sa version verticale doit également être utilisé à une taille supérieure à 3,5 cm de largeur.






numéro 01



numéro 02



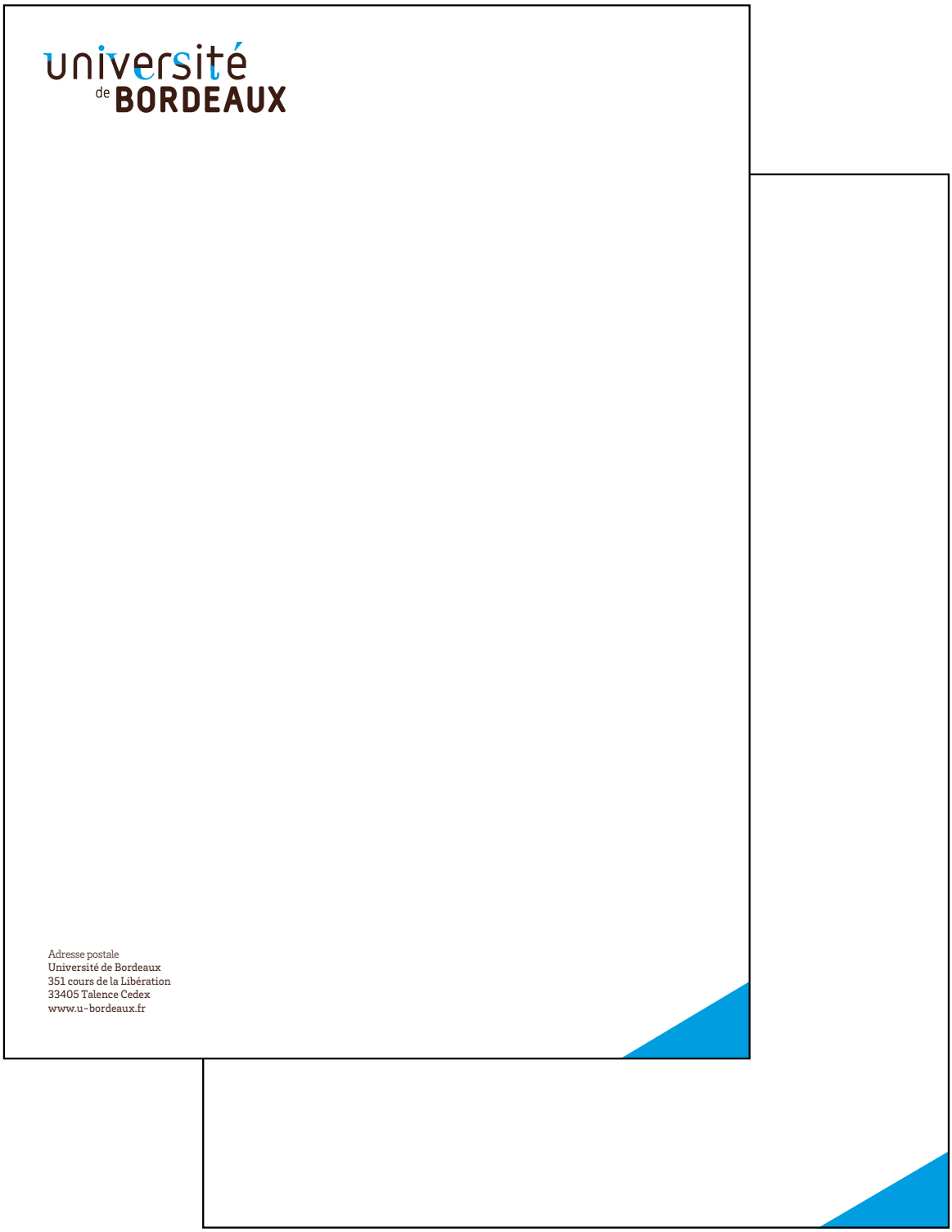
numéro 03



numéro 07

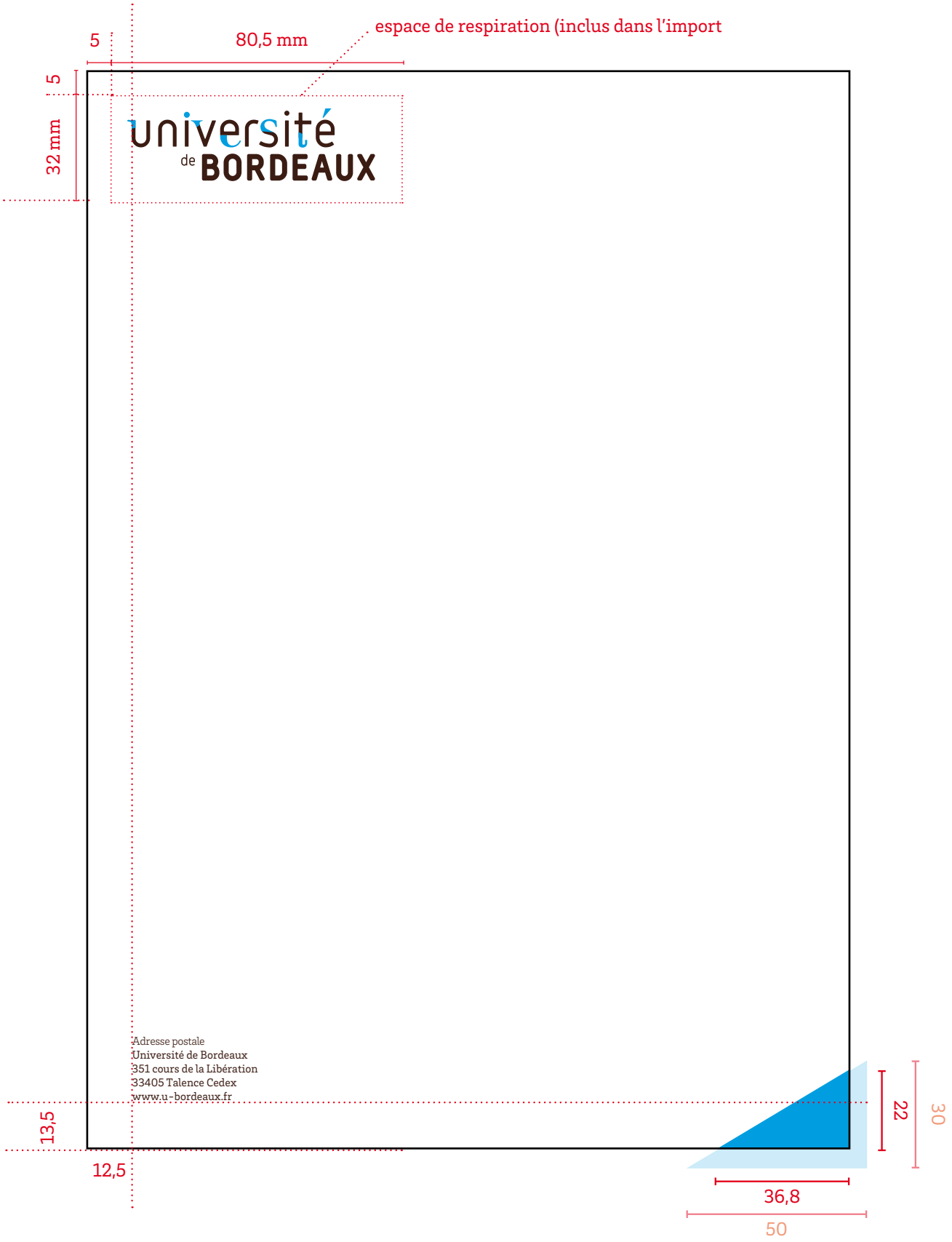
# La papeterie et la bureautique

## Papier à lettre et suite de lettre



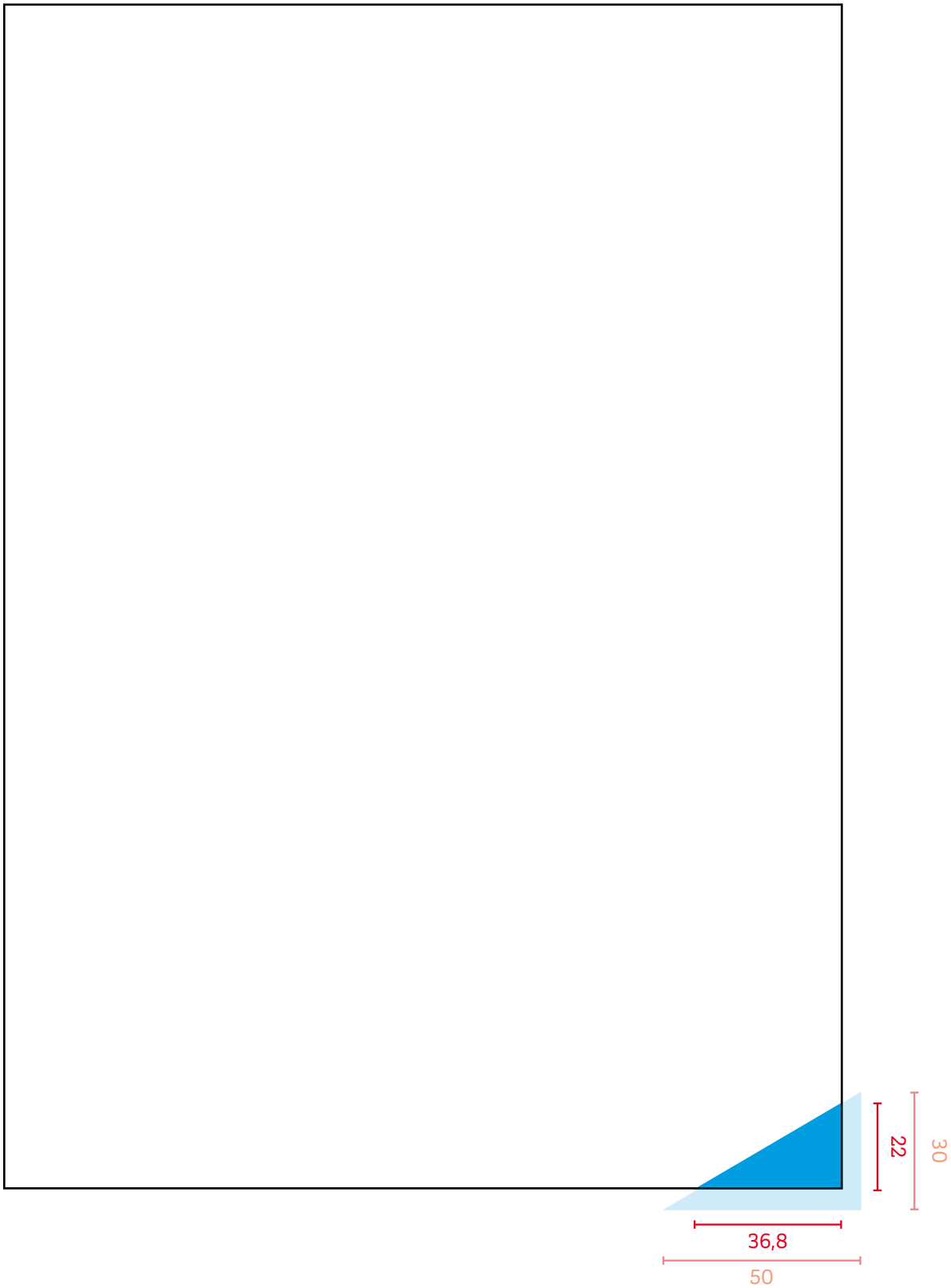
## Papier à lettre

L'en-tête est pré-imprimée en deux tons directs (voir page 14). Elle comporte le logo, le bloc adresse et le coin bleu.



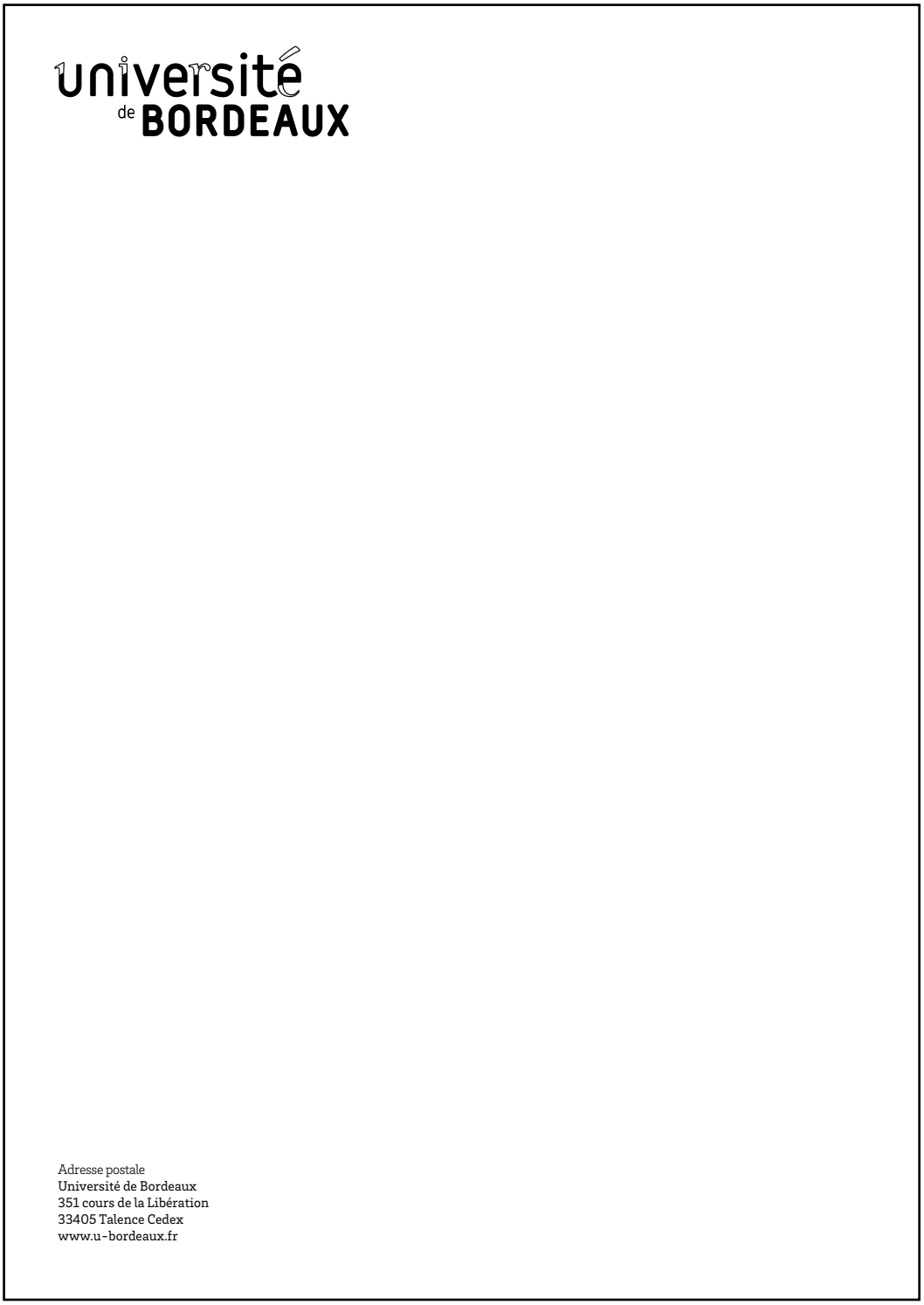
## Suite de lettre

Pour un rendu optimal, la suite de lettre n'existe qu'en impression offset.
En bureautique, la suite de lettre sera vierge, ou éventuellement annotée d'un indicateur de page (exemple : 1/2).



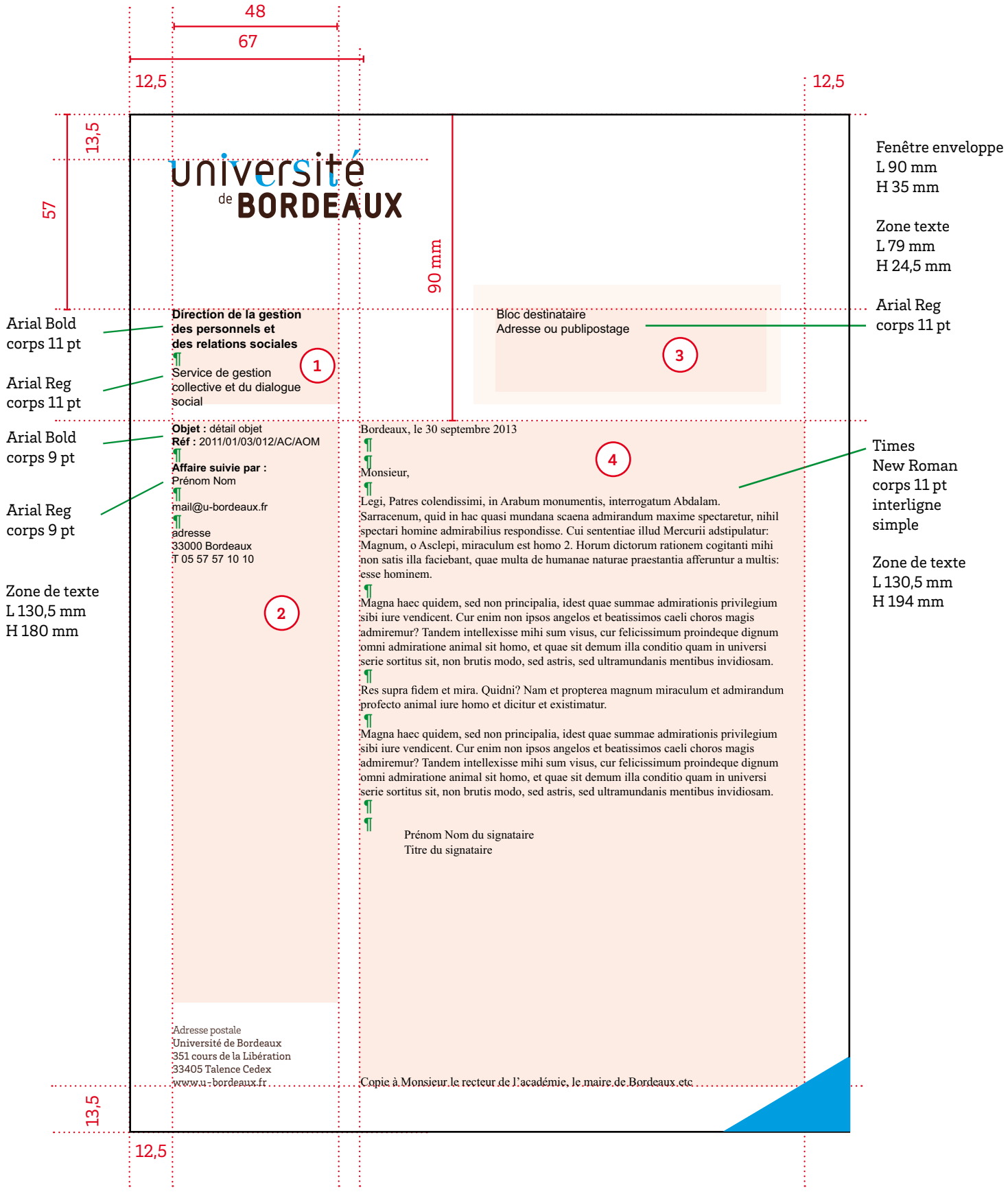
## Papier à lettre noir et blanc

Ce modèle est recommandé dans le cadre d'une utilisation en interne, dans un souci d'économie et de développement durable et ne doit pas être utilisé pour l'envoi de courriers à l'externe.
Les règles de construction sont les mêmes que pour la tête de lettre en couleur (voir page 28).
Cette mise en page n'étant utilisée qu'en bureautique, le coin en bas à droite n'apparaît pas.



## Papier à lettre construction

Les principes de mise en page présentés ci-dessous doivent être respectés.
Un modèle de document word est à votre disposition en téléchargement.
Voir page 73 pour les polices de caractère.



**marges**
gauche : 12,5 mm / droite : 12,5 mm
haut 13,5 mm / bas : 13,5 mm

1 **bloc gauche Pôle, Collège, Service...**
aligné sur le bloc du destinataire (fenêtre enveloppe)
soit 57 mm du haut de la page
zone de texte : largeur 48 mm x
hauteur maximum 30 mm
texte :
Premier paragraphe
Arial Bold corps 11 pt

séparé par un saut de ligne
Deuxième paragraphe
Arial Reg corps 11 pt

2 **bloc gauche Informations**
aligné sur la zone de texte du courrier
soit 115,5 mm du haut de la page
zone de texte : largeur 48 mm x
hauteur maximum 180 mm
texte :
Objet :
Arial Bold corps 9 pt
Suite du texte
Arial Reg corps 9 pt
Réf :
Arial Bold corps 9 pt
Suite du texte
Arial Reg corps 9 pt

séparé par un saut de ligne
Affaire suivie par :
Arial Bold corps 9 pt
Suite du texte expéditeur

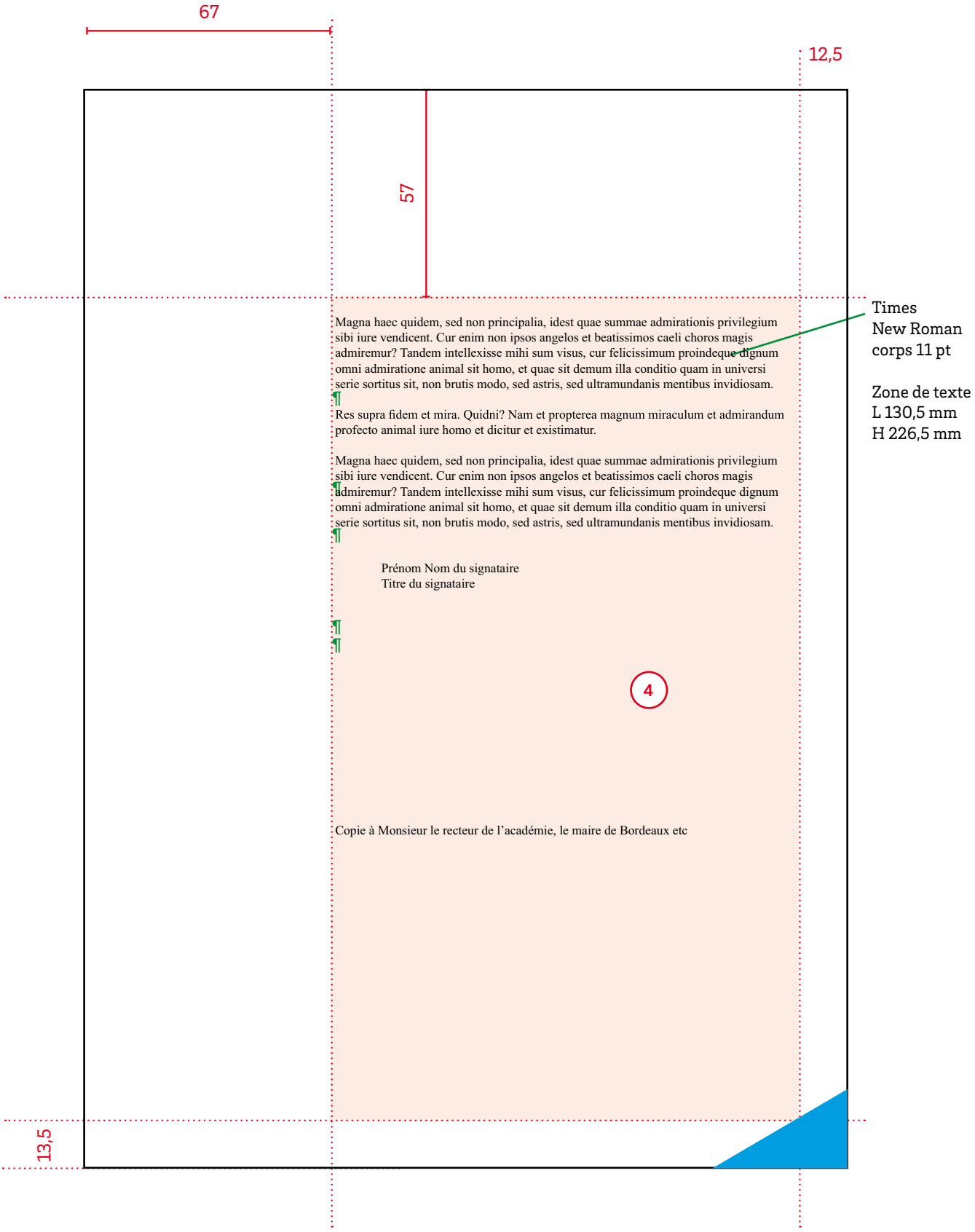
séparé par un saut de ligne
Suite du texte contacts
Arial Reg corps 9 pt

3 **bloc droit Destinataire**
calé sur l'ouverture de la fenêtre d'enveloppe
soit 57 mm du haut de la page
zone de texte : largeur 79 mm x
hauteur maximum 24,5 mm
texte :
Arial Reg corps 11 pt

4 **bloc droit Courrier**
aligné sur le *é* d'*université*
soit 67 mm du bord droit de la page
zone de texte : largeur 130,5 x
hauteur maximum 194 mm
texte :
Times New Roman corps 11 pt

## Suite de lettre construction

Les principes de mise en page présentés ci-dessous doivent être respectés.
Un modèle de document word est à votre disposition en téléchargement.

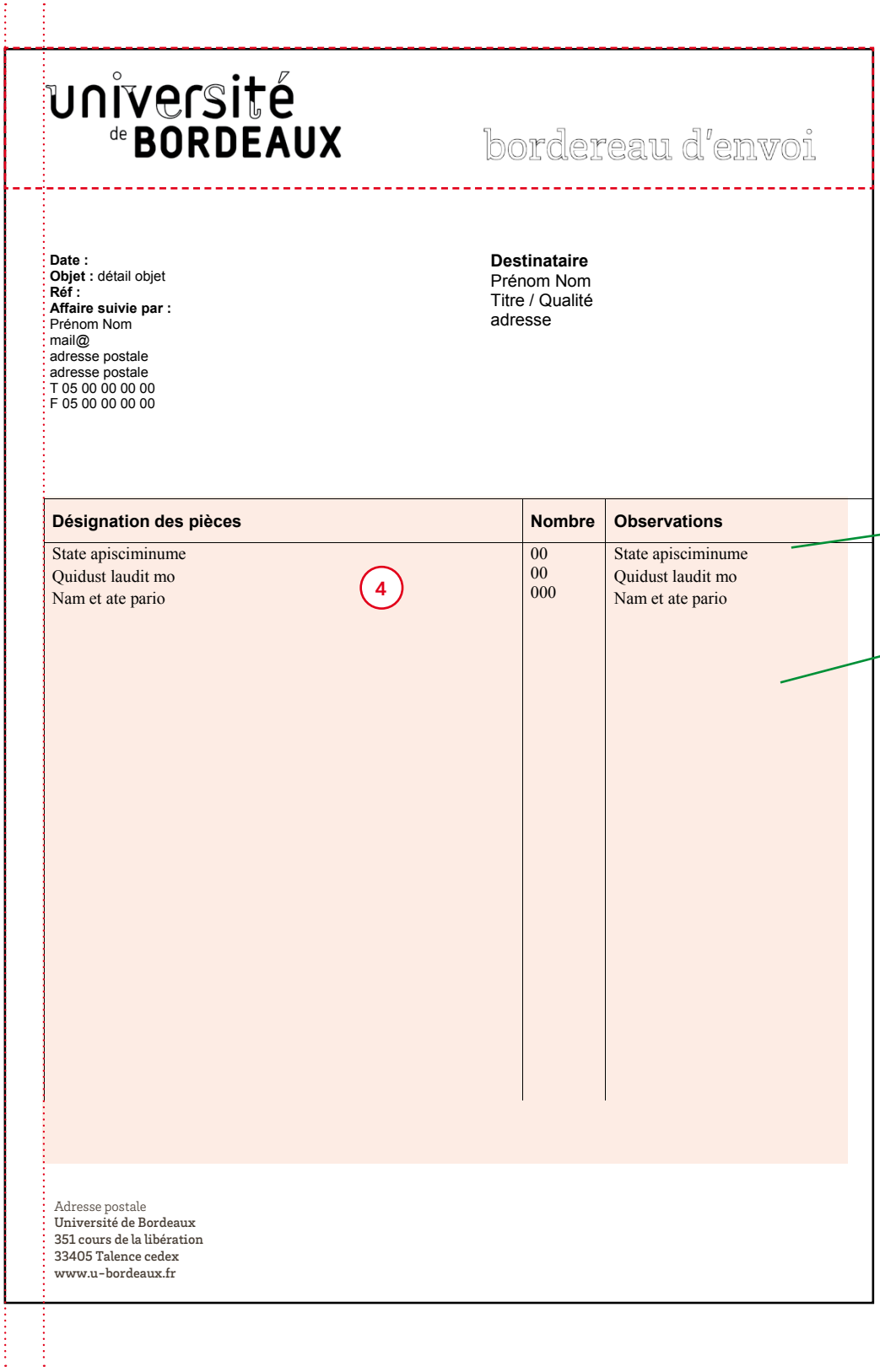


4

**bloc droit Courrier**
aligné sur le *é* d'*université*
soit 67 mm du bord droit de la page
zone de texte : largeur 130,5 x
hauteur maximum 226,5 mm
texte :
Times New Roman corps 11 pt

## Bordereau d'envoi

Document réalisé en gabarit word
Les règles de construction sont les mêmes que pour la tête de lettre en couleur (voir page 28).




En-tête importée

Titre tableau Arial Bold corps 11 pt

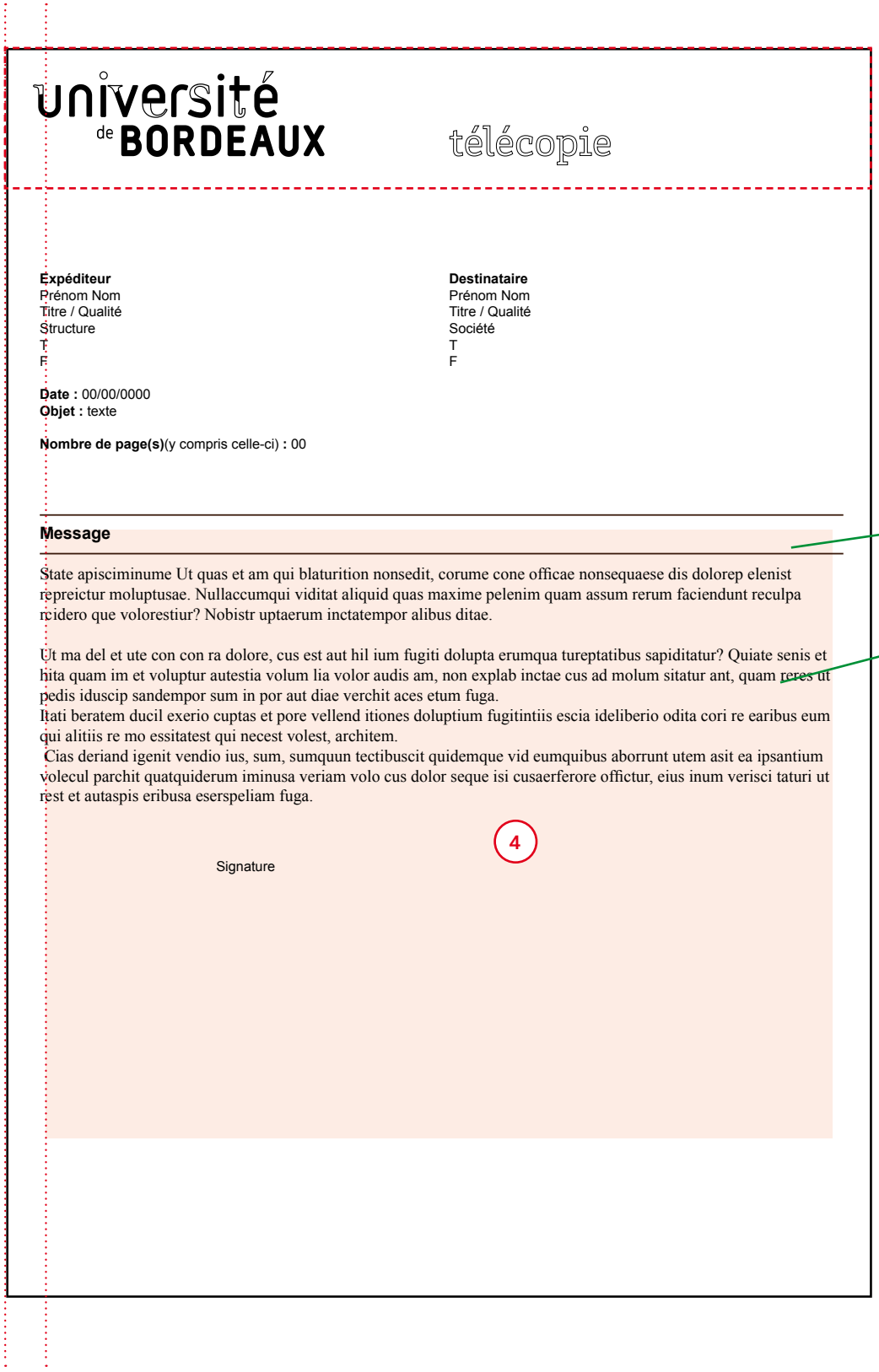
Zone texte Times New Roman corps 11pt

4

**bloc Tableau**
aligné sur le *u* d'*université*
soit 12,5 mm du bord droit de la page
zone de texte : largeur 185 x hauteur maximum 168 mm
titre colonne :
Arial Bold corps 11 pt
texte :
Times New Roman corps 11 pt

## Télécopie

Document réalisé en gabarit word
Les règles de construction sont les mêmes que pour la tête de lettre en couleur (voir page 28).

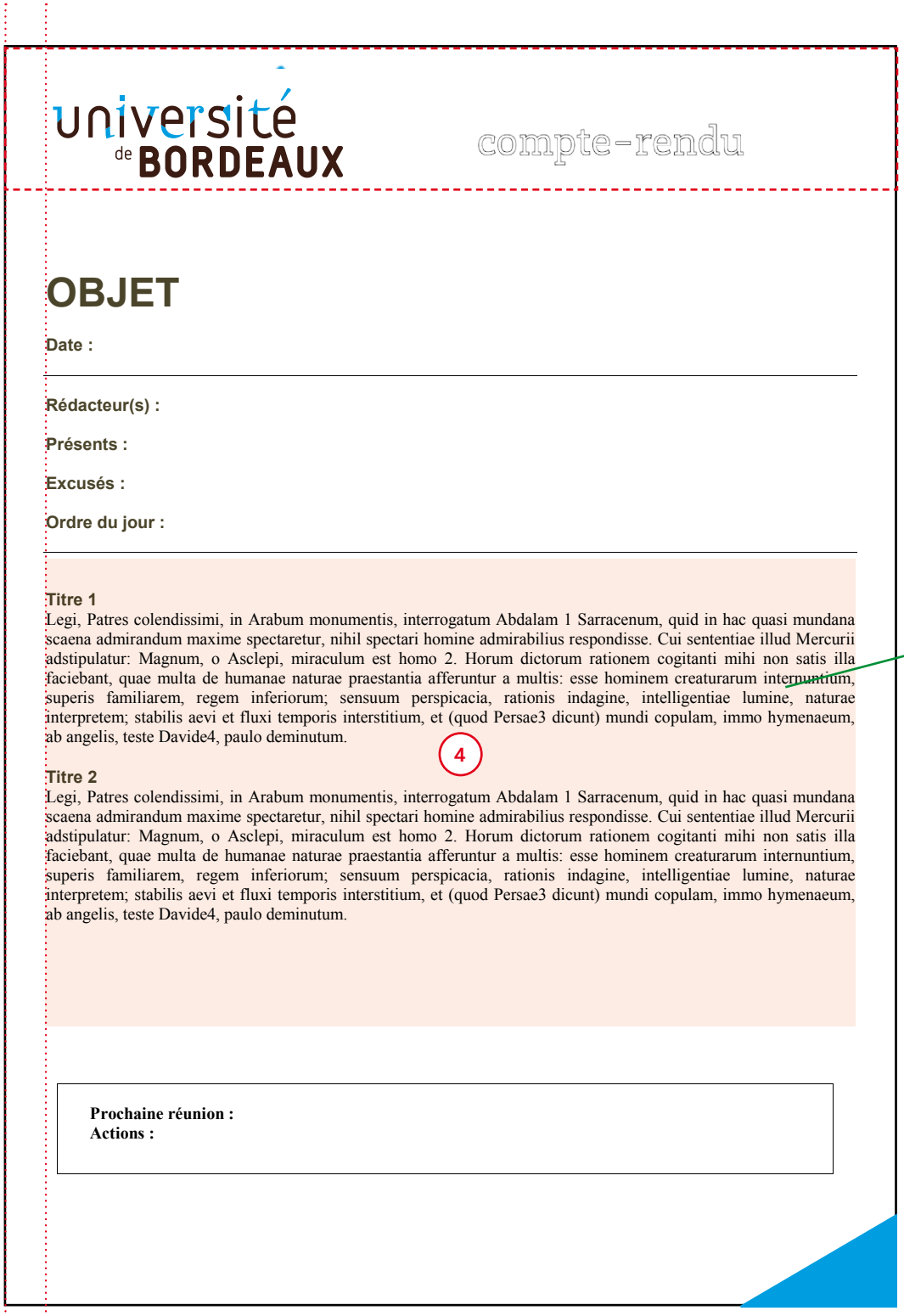


4

**bloc Tableau**
aligné sur le *u* d'*université*
soit 12,5 mm du bord droit de la page
zone de texte : largeur 185 x hauteur maximum 168 mm
titre colonne :
Arial Bold corps 11 pt
texte :
Times New Roman corps 11 pt

## Compte-rendu

Document réalisé en gabarit word
Les règles de construction sont les mêmes que pour la tête de lettre en couleur (voir page 28).




En-tête importée

Zone texte

Titre
Arial Bold
corps 11pt

Texte
Times New Roman
corps 11pt

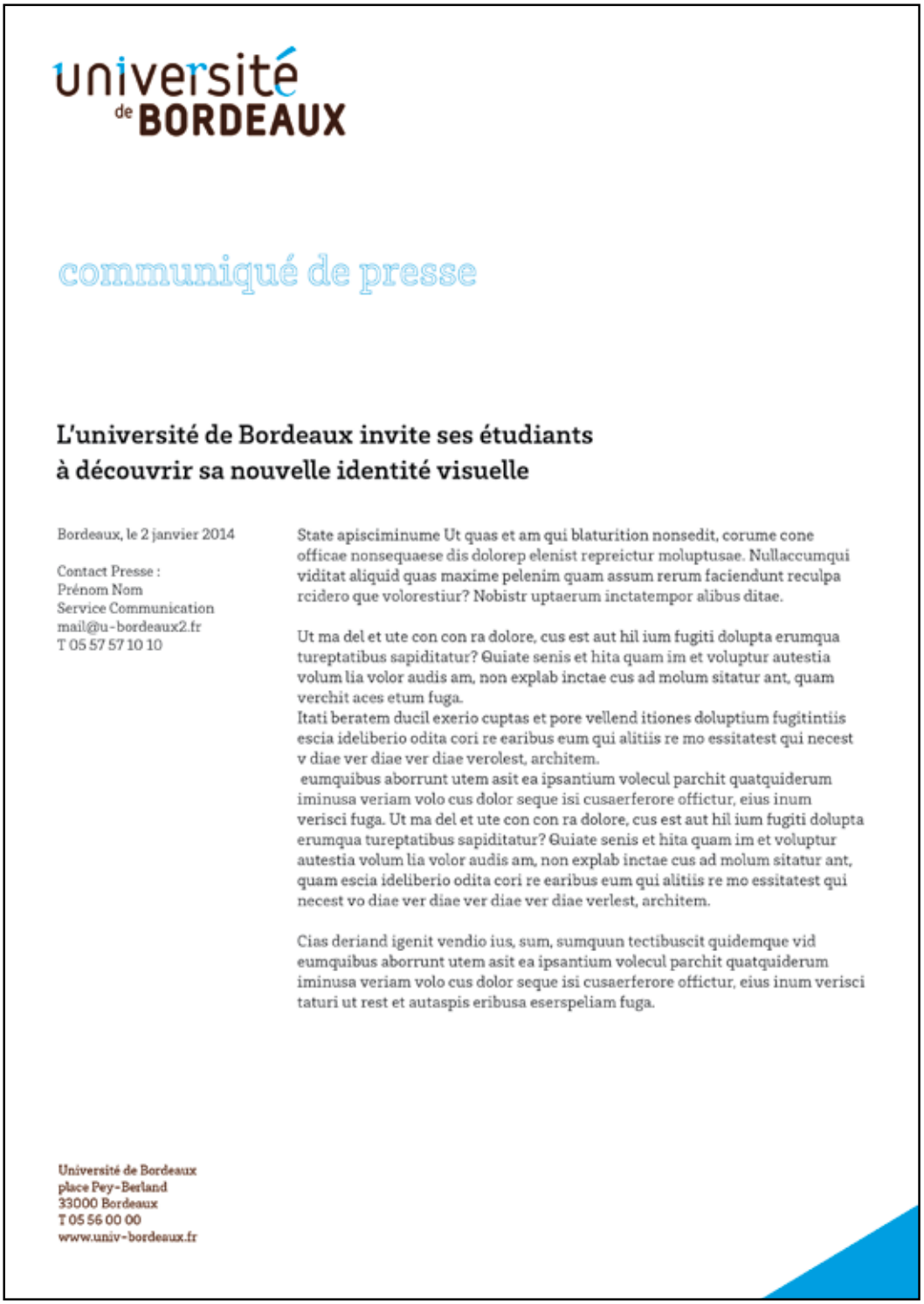
4

**bloc Texte**
aligné sur le *u* d'*université*
soit 12,5 mm du bord droit de la page
zone de texte : largeur 185 x hauteur maximum 132,5 mm
titre colonne :
Arial Bold corps 11 pt
texte :
Times New Roman corps 11 pt

## Communiqué de presse

Principe de mise en page à appliquer sur le papier à lettre déjà imprimé :
- statut : communiqué de presse
- titre
- texte
- date et contact

Si le document est produit par la direction de la communication, on utilisera la police BrixSlab, sinon on veillera à utiliser l'Arial et la Times New Roman (voir page 72).



université de BORDEAUX

communiqué de presse

**L'université de Bordeaux invite ses étudiants à découvrir sa nouvelle identité visuelle**

Bordeaux, le 2 janvier 2014

Contact Presse :
Prénom Nom
Service Communication
mail@u-bordeaux2.fr
T 05 57 57 10 10

State apisciminume Ut quas et am qui blaturition nonsedit, corume cone officae nonsequaese dis dolorep elenist repreictur moluptusae. Nullaccumqui viditat aliquid quas maxime pelenim quam assum rerum faciendunt reculpa rcidero que volorestiur? Nobistr uptaerum inctatempor alibus ditae.

Ut ma del et ute con con ra dolore, cus est aut hil ium fugiti dolupta erumqua tureptatibus sapiditatur? Quiate senis et hita quam im et voluptur autestia volum lia volor audis am, non explab inctae cus ad molum sitatur ant, quam verchit aces etum fuga.
Itati beratem ducil exerio cuptas et pore vellend itiones doluptium fugitintiis escia ideliberio odita cori re earibus eum qui alitiis re mo essitatest qui necest v diae ver diae ver diae verolest, architem.
eumquibus aborrunt utem asit ea ipsantium volecul parchit quatquiderum iminusa veriam volo cus dolor seque isi cusaerferore offictur, eius inum verisci fuga. Ut ma del et ute con con ra dolore, cus est aut hil ium fugiti dolupta erumqua tureptatibus sapiditatur? Quiate senis et hita quam im et voluptur autestia volum lia volor audis am, non explab inctae cus ad molum sitatur ant, quam escia ideliberio odita cori re earibus eum qui alitiis re mo essitatest qui necest vo diae ver diae ver diae ver diae verlest, architem.

Cias deriand igenit vendio ius, sum, sumquun tectibuscit quidemque vid eumquibus aborrunt utem asit ea ipsantium volecul parchit quatquiderum iminusa veriam volo cus dolor seque isi cusaerferore offictur, eius inum verisci taturi ut rest et autaspis eribusa eserspeliam fuga.

Université de Bordeaux
place Pey-Berland
33000 Bordeaux
T 05 56 00 00
www.univ-bordeaux.fr

## Cartes de visite

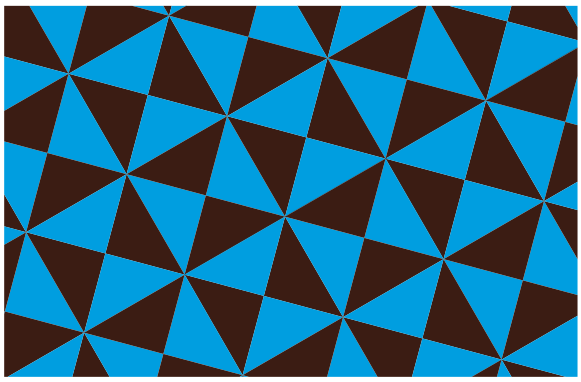
format 55 x 85 cm
Impression Pantone et Quadri (si logos supplémentaires)

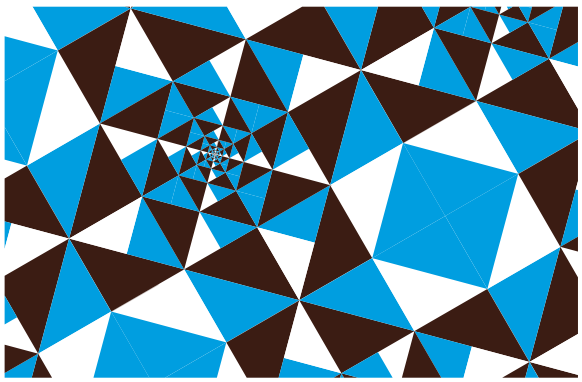
Variante possible :
version bilingue avec recto en français et verso en anglais

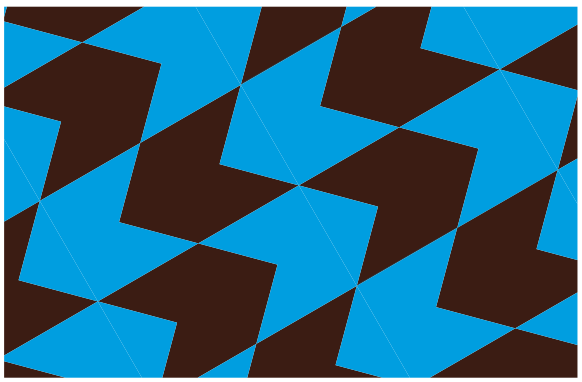
Recto



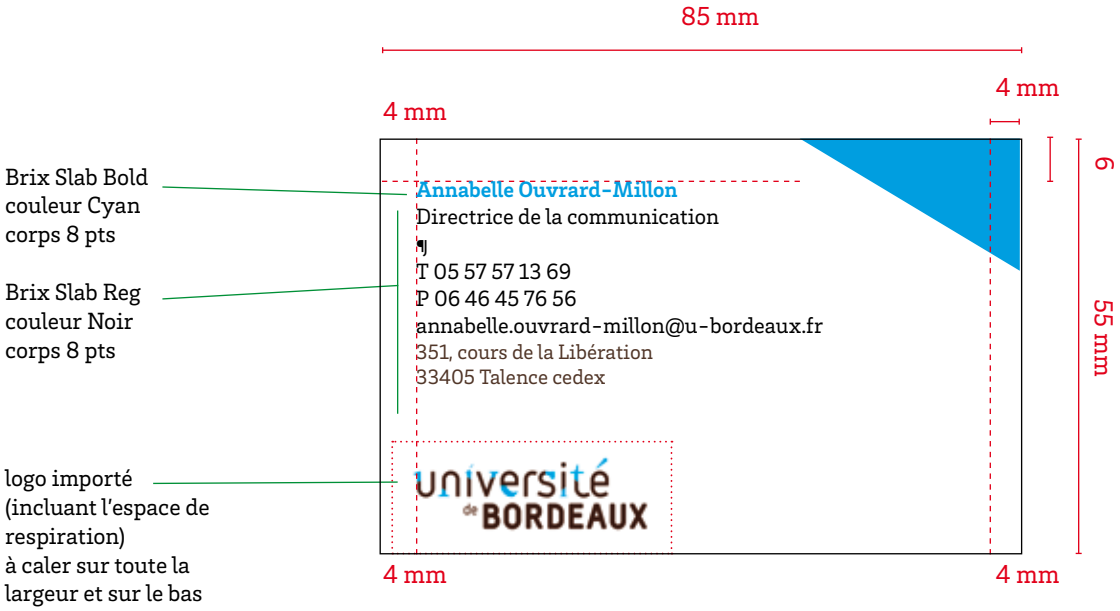

3 modèles de verso au choix







## Cartes de visite construction



## Cartes de correspondance

Format 110 x 210 mm
Impression Pantone et Quadri (si logos supplémentaires)

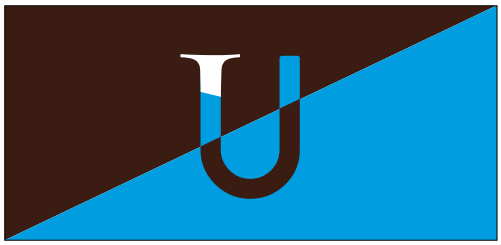
Variante possible :
version bilingue avec recto en français et verso en anglais

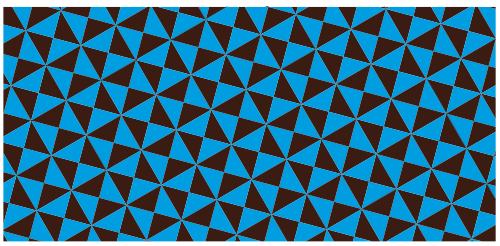
Recto

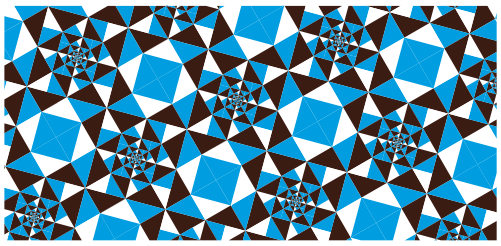


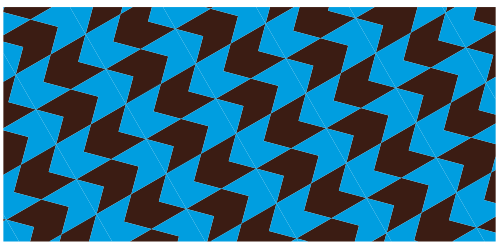

5 modèles de verso au choix



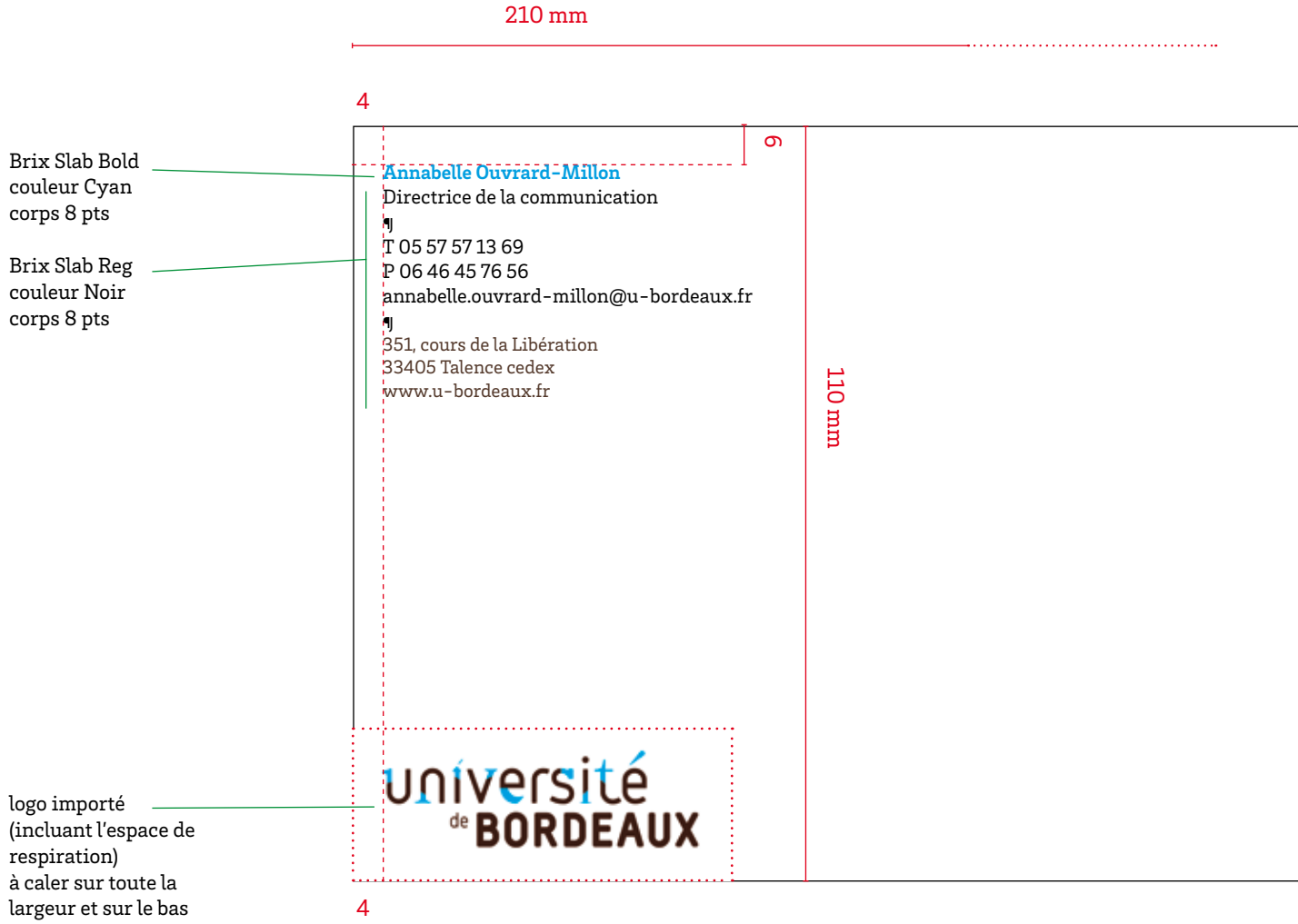







## Cartes de correspondance construction

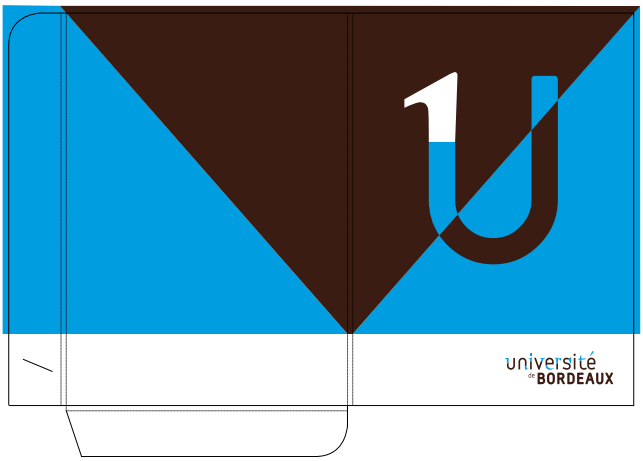


## Chemises

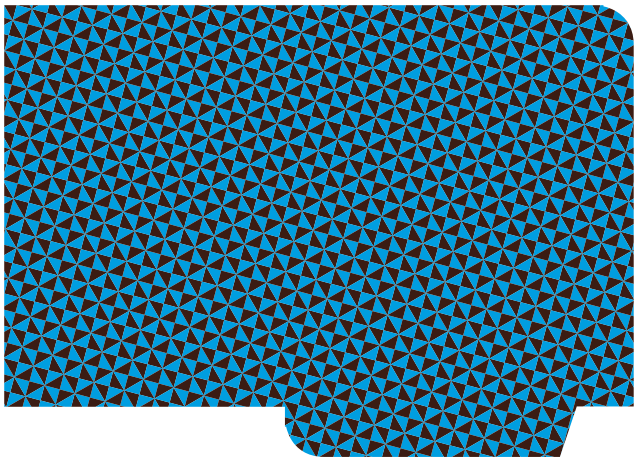
Chemise prestige
Impression pantone
Recto verso



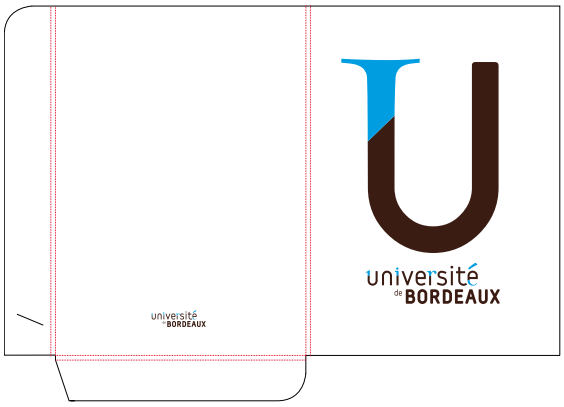

Recto

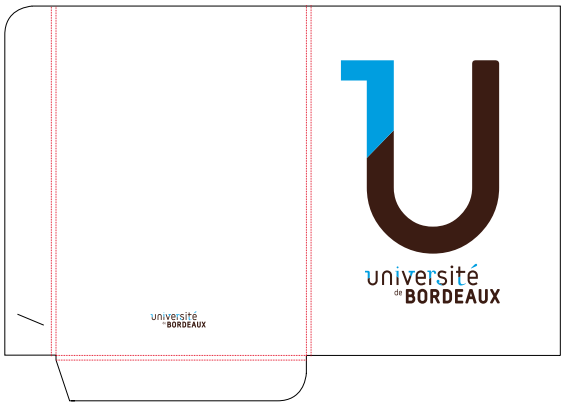


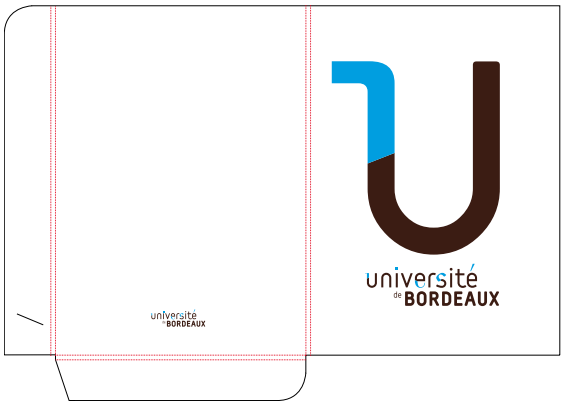

Verso

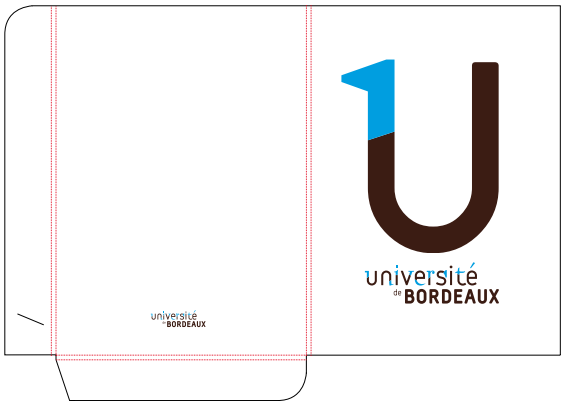


Chemise porteuse
Impression pantone
Recto seul
existe en 4 versions



## Enveloppes




Modèle DL
220 x 110 mm avec fenêtre
blanc et kraft




Modèle DL
220 x 110 mm sans fenêtre
blanc et kraft




Modèle A4+ kraft
260 x 330 mm

Modèle C4 kraft
229 x 324 mm

Modèle B5 kraft
176 x 250 mm

## Enveloppes construction



## Tampon

Format 68 x 47 mm
modèle TRODAT Metal Line 5208

université de BORDEAUX

351, cours de la Libération
33405 Talence cedex
www.u-bordeaux.fr

université de BORDEAUX

351, cours de la Libération
33405 Talence cedex
www.u-bordeaux.fr

Format 60 x 40 mm
modèle TRODAT Printy 4927

université de BORDEAUX

351, cours de la Libération
33405 Talence cedex
www.u-bordeaux.fr

université de BORDEAUX

351, cours de la Libération
33405 Talence cedex
www.u-bordeaux.fr

## Flamme postale



## Sceau

Il existe le sceau d'origine de la création de l'université par le pape Eugène IV.
Malheureusement, son dessin d'origine n'a pas été archivé, et il n'y a donc pas moyen de le rendre plus précis.



Voici une version moderne du sceau, mettant en valeur les 3 dates importantes de l'université.

1441 : création de l'université de Bordeaux

1896 : regroupement des facultés historiques pour reconstituer l'université de Bordeaux

2014 : naissance de l'université de Bordeaux. Fusion des universités Bordeaux 1, Bordeaux Segalen et Bordeaux 4



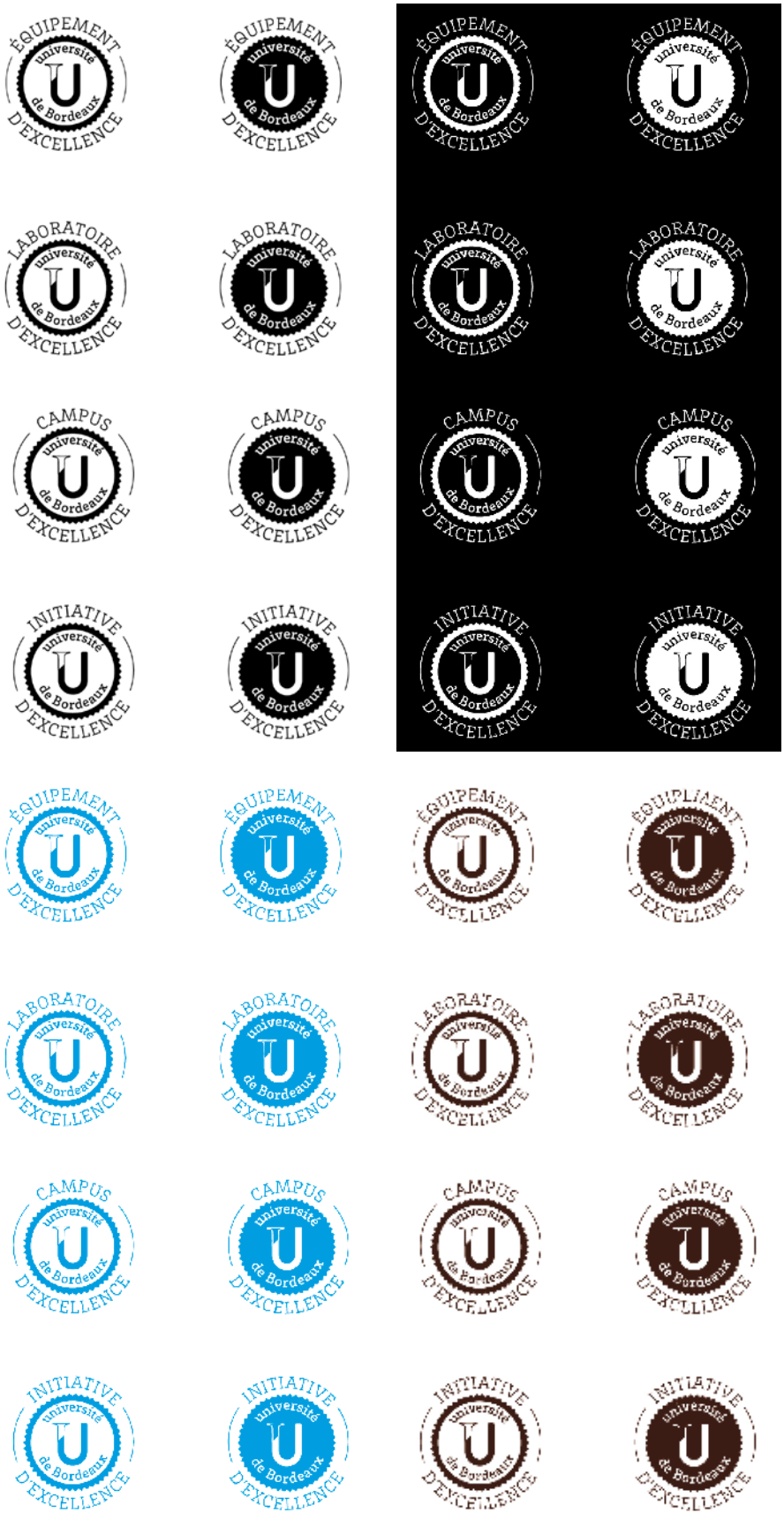



## Labels d'excellence

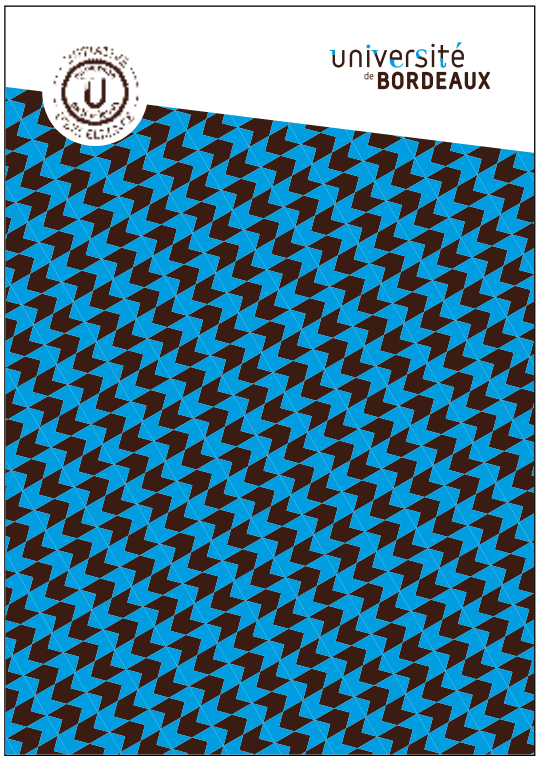
Il existe 4 labels d'excellence attribués à l'université de Bordeaux :
- Campus d'excellence
- Initiative d'excellence
- Laboratoire d'excellence
- Équipement d'excellence

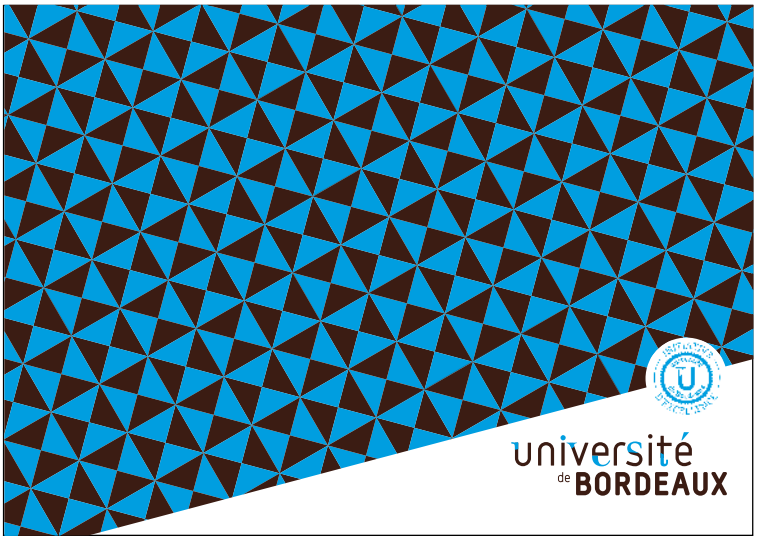
Il doivent être placés comme un macaron.
Sur un fond d'image ou de couleur,
il sont placés sur un rond blanc.

Il peuvent être utilisés en noir,
en cyan ou marron;
en positif ou négatif.



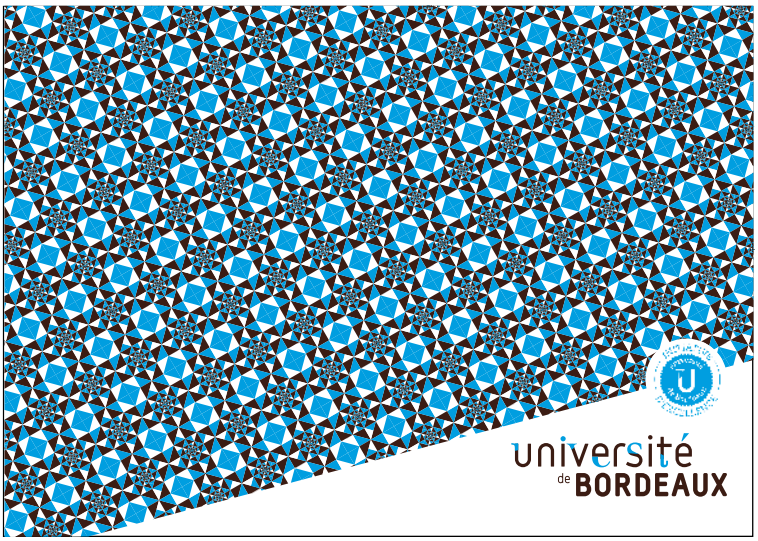
Exemples de couvertures où le label est traité comme un macaron
en monochromie, en marron, puis en bleu; en positif et en négatif.



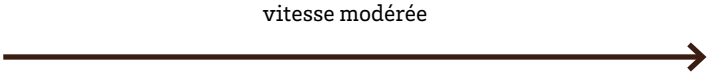






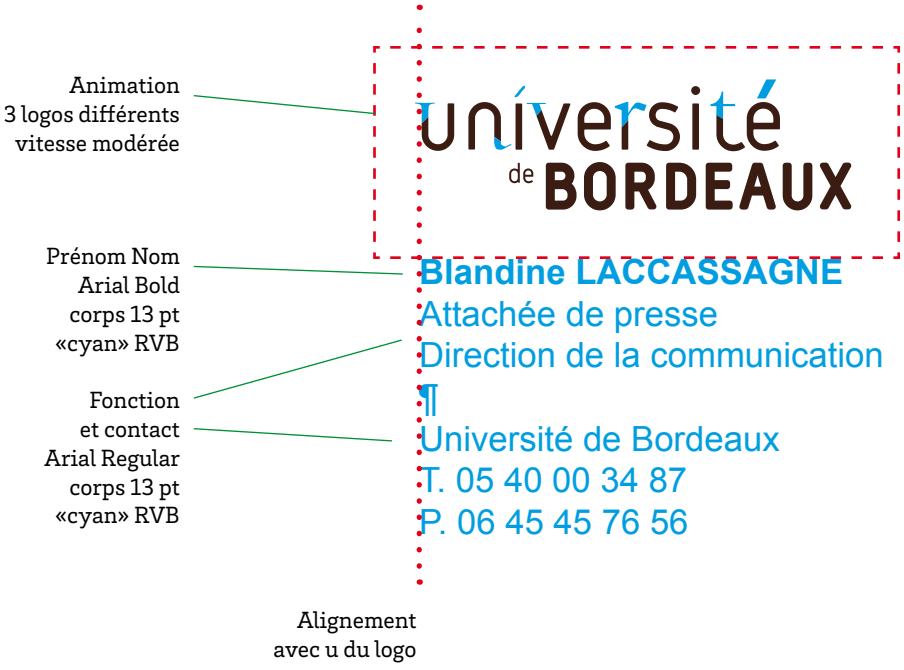
## Signature mail

Dans la signature mail, les nom, prénom et fonction de la personne doivent précéder le logo animé de l'université (passage de 4 versions du logo en boucle) suivi de l'adresse, tél et mail. L'adresse du site web institutionnel doit toujours être mentionnée.





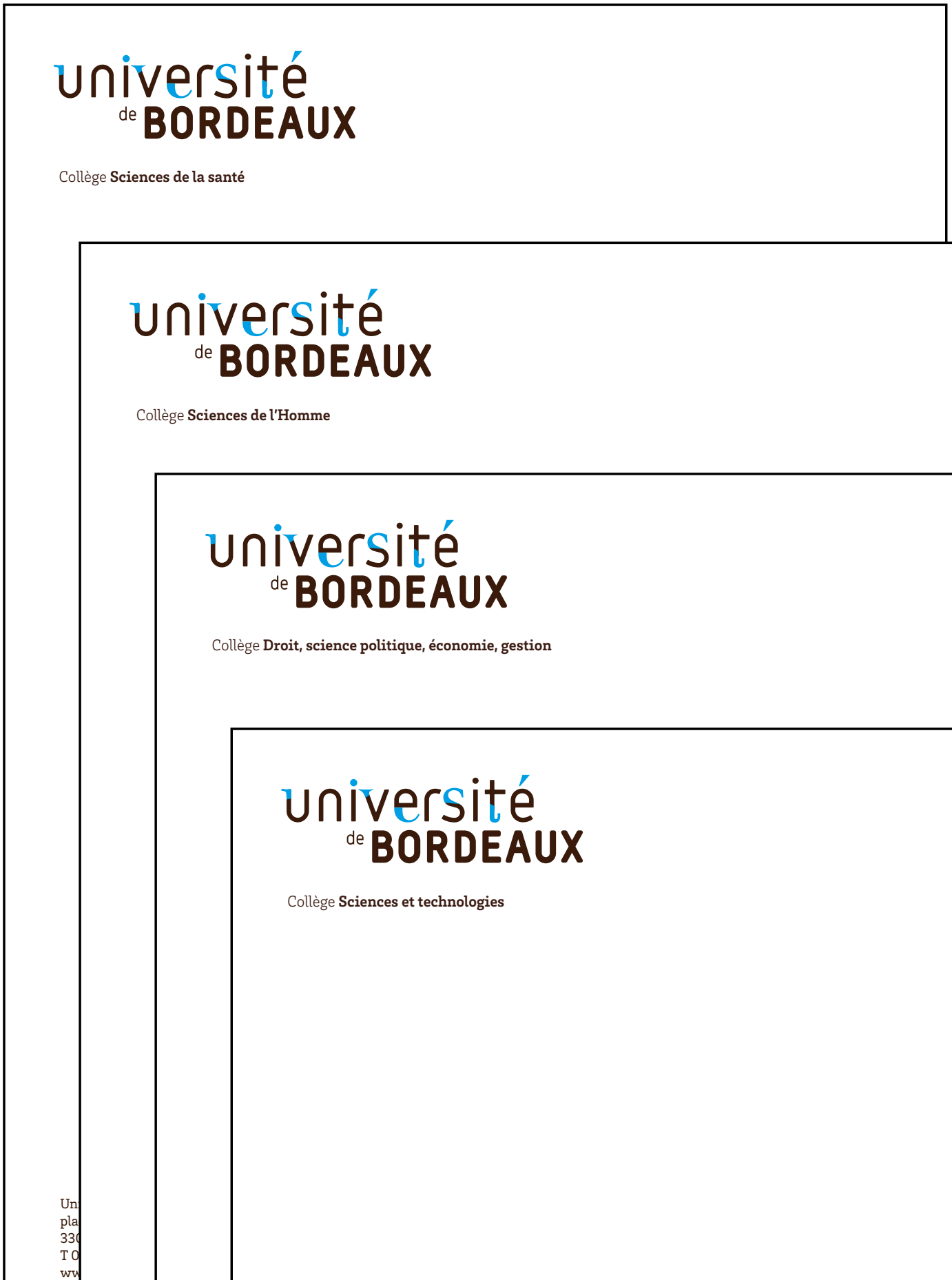




# Les structures de formation de recherche

## Papier à lettre des collèges et composantes de formation

L'en-tête est pré-imprimée en deux tons directs (voir page 14).
Elle comporte le logo, le collège, le bloc adresse et le coin bleu.



## Papier à lettre des collèges et composantes de formation

Les principes de mise en page sont les mêmes que pour le papier à lettre administratif (voir page 42).
Un modèle de document word est à votre disposition en téléchargement.
Pour toute demande particulière, merci de vous adresser à la direction de la communication



1 **Nom du collège**

2 Nom de la composante écrit en toutes lettres en Arial Bold corps 10 pts

**Cas particulier :**
Pour les composantes à statuts dérogatoires qui ont un logo, celui-ci pourra être traité en monochromie marron

## Principes de construction pour l'édition de plaquettes, affiches, flyers, invitation, ...

Le nom de la composante est en marron et on utilisera la typographie Brix Bold en corps 15 pt

Sur des noms de composantes longs, des retours à la ligne sont nécessaires.
En voici les règles :
1 mot = 1 ligne
2-4 mots = 2 lignes
+ de 4 mots = 3 lignes
ne pas dépasser 3 lignes

Exemples :

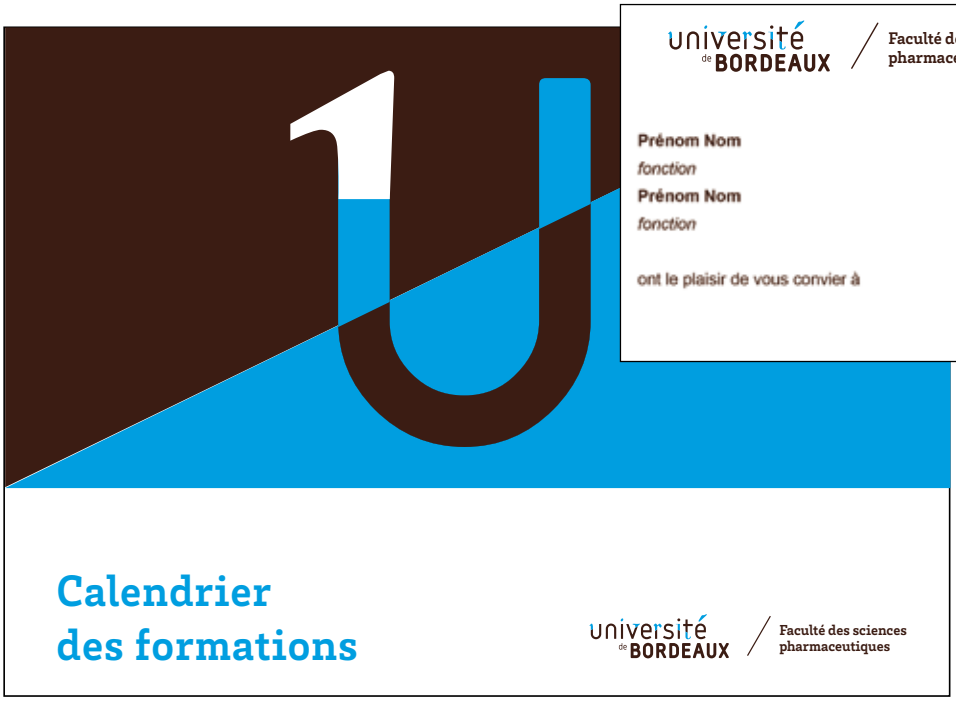
**Faculté des sciences pharmaceutiques**

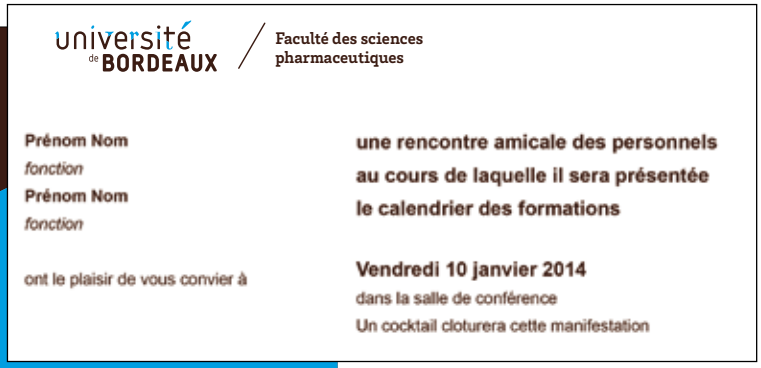
**STAPS**
Sciences et techniques
des activités physiques et sportives

Le principe d'assemblage est le même qu'avec le logo existant.

université de BORDEAUX / Nom de l'institut ou faculté

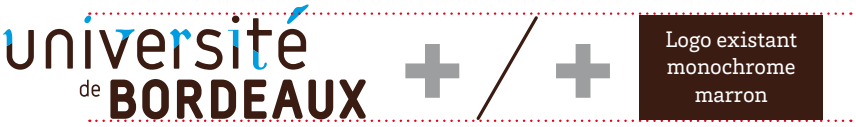
Exemples sur des couvertures et invitations :



**Cas particulier : pour les composantes à statuts dérogatoires avec un logo déjà existant**

Le logo de l'université de Bordeaux est placé en premier, dans sa version horizontale en couleur,
suivi d'un trait marron oblique de 30°.
suivi du logo de la composante en monochromie marron,
L'alignement des logos se fait par le milieu du logo de l'université de Bordeaux.
Les espaces de respiration sont à respecter afin de rendre l'ensemble cohérent et lisible.




Exemples :




Exemples sur des couvertures et invitations :



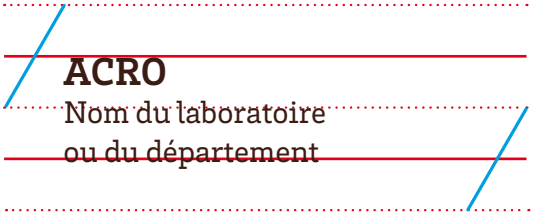
## Principe général de signature des structures de recherche

### Logo à construire

Le nom sera en marron.
Deux cas de figure se présentent pour le nom :
- sans acronyme : le nom est en typographie Brix Bold en corps 15 pt
- avec acronyme : l'acronyme est en typographie Brix Bold en corps 15 pt et son intitulé en Brix Regular en corps 12 pt

Sur des noms de composantes longs, des retours à la ligne sont nécessaires.
En voici les règles :
1 mot = 1 ligne
2-3 mots = 2 lignes
+ de 3 mots = 3 lignes
ne pas dépasser 3 lignes

Seul, le nom est «encadré» de 2 trait bleu oblique de 30°.
Sa moitié doit se caler sur la partie supérieur de la première lettre du nom.




Exemples :




Le principe d'assemblage est le même qu'avec le logo existant.
Assemblé, le trait inférieur droit disparait pour celui qui coupe le logo de l'université de Bordeaux.

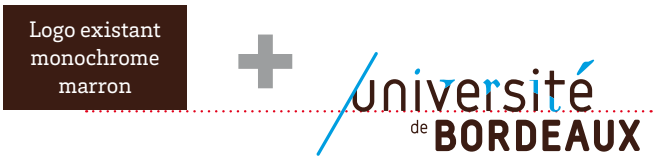



Exemple :



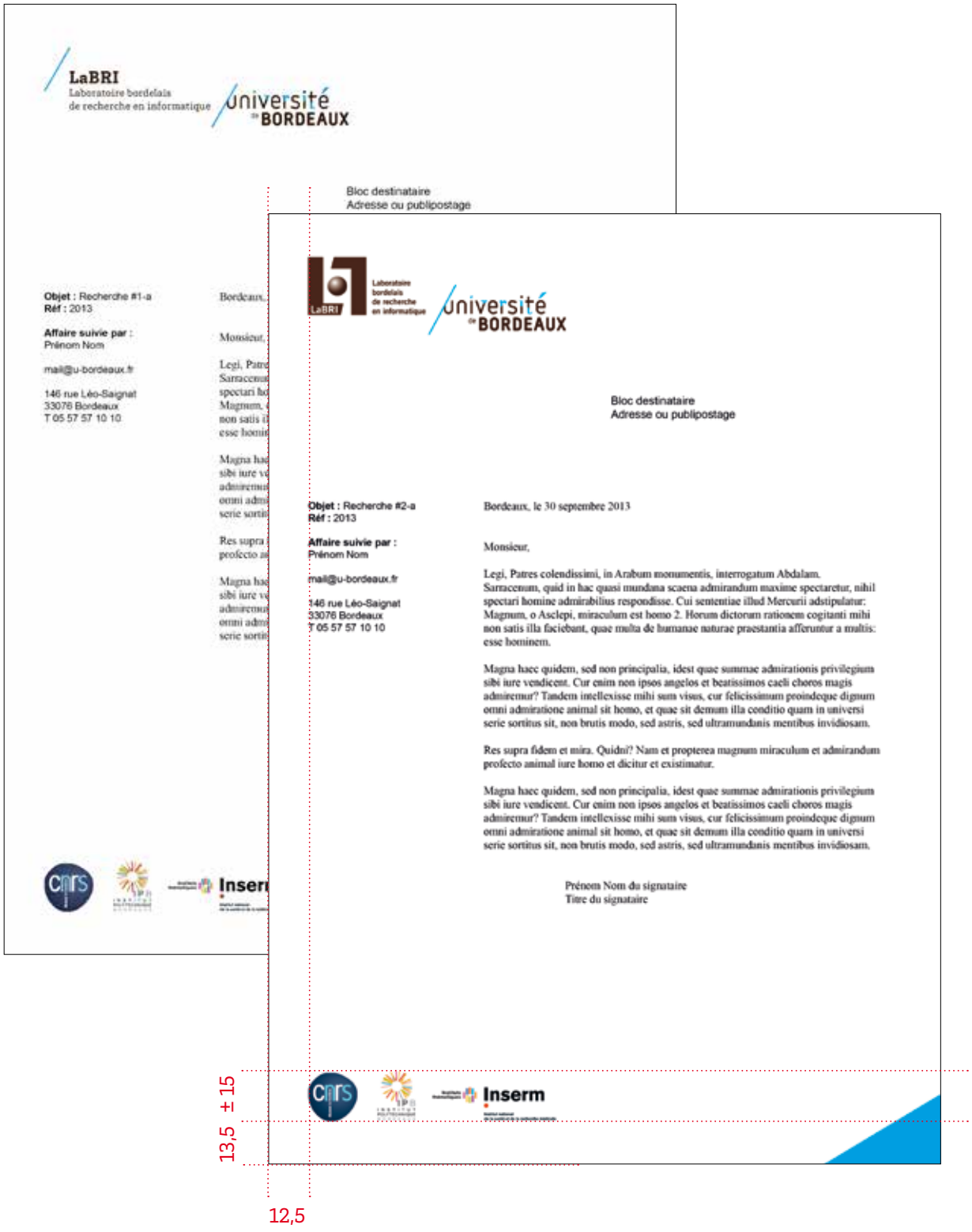
## Cas particulier pour les structures avec logo

Le logo du laboratoire ou du département est placé en premier, en monochromie marron,
suivi du logo de l'université de Bordeaux coupé au début d'un trait bleu oblique de 30°.
L'alignement du logo de l'université se fait sur la partie inférieur du logo du laboratoire ou du département et sur la ligne de base de mot *université.*
Les espaces de respiration sont à respecter afin de rendre l'ensemble cohérent.



## Papier à lettre des structures de recherche

Le logo du laboratoire ou du département associé à l'université fait office d'en-tête de lettre.
En pied de page, il faudra placer les logo des tutelles en respectant leur espace de respiration.



## Carte de visite des structures de recherche

Le logo d'une structure de recherche associée à l'université apparait en pied de page,
en suivant, il faudra placer les logos des tutelles (conseillé maximum 2 pour la lisibilité),
en les réduisant au minimum de moitié par rapport au logo du laboratoire ou du département
et en respectant leur espace de respiration.
Cet ensemble de logos doit s'adapter dans une zone dédiée maximale de 16 mm de hauteur par 77 mm de largeur.



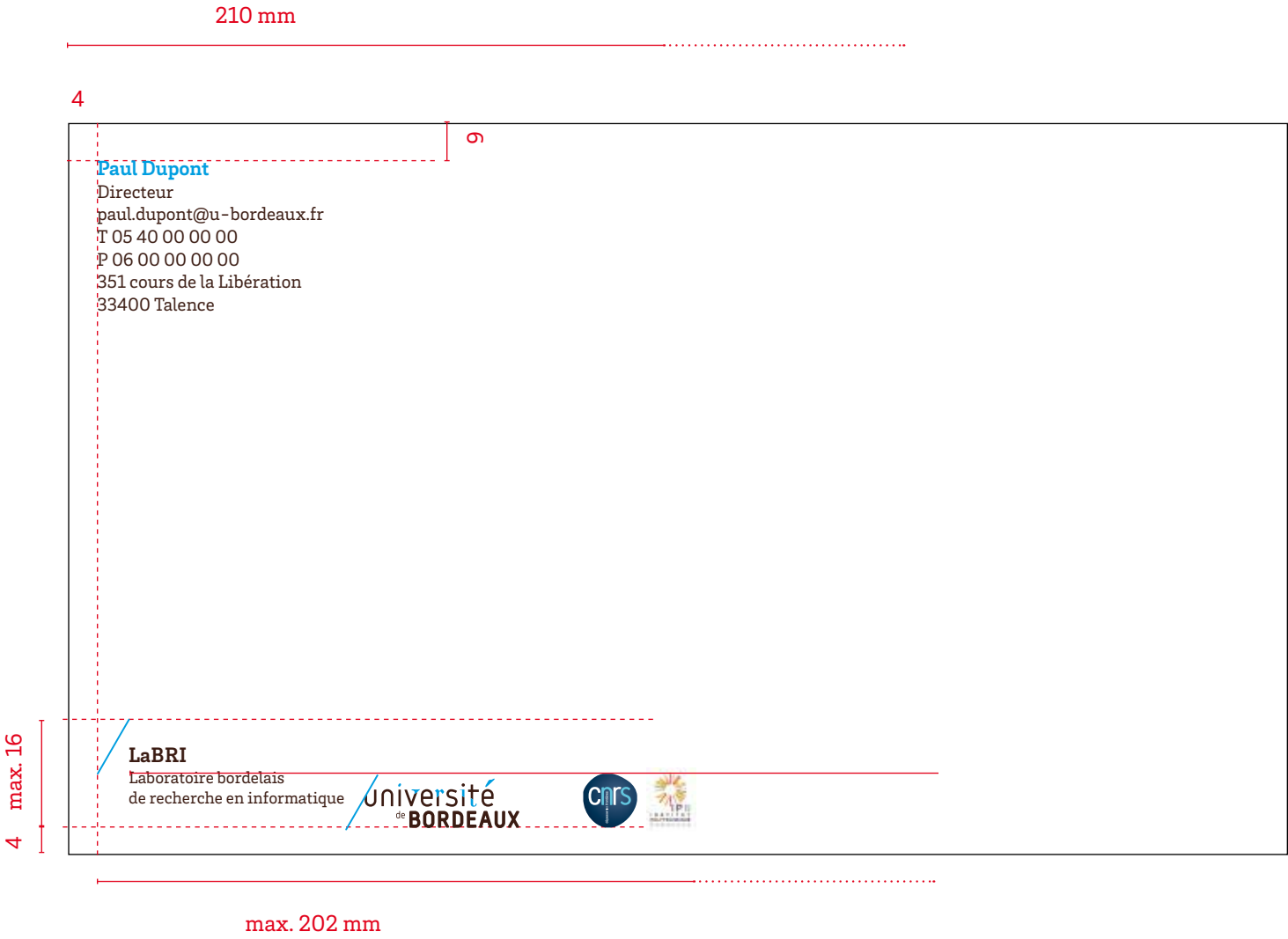






## Carton de correspondance des structures de recherche

Le principe de construction est le même pour les cartes de visite.
Le logo du laboratoire ou du département associé à l'université apparait en pied de page,
en suivant, il faudra placer les logos des tutelles,
en les réduisant au minimum de moitié par rapport au logo du laboratoire ou du département (soit 8 mm de hauteur minimum)
et en respectant leur espace de respiration.



**Paul Dupont**
Directeur
paul.dupont@u-bordeaux.fr
T 05 40 00 00 00
P 06 00 00 00 00
351 cours de la Libération
33400 Talence

max. 16



# L'univers

## Formes graphiques

Un ensemble de formes graphiques est mis à disposition pour la production de tout types de documents.
Ces différents éléments graphiques sont à utiliser dans le respect de la gamme de couleurs de l'université de Bordeaux.

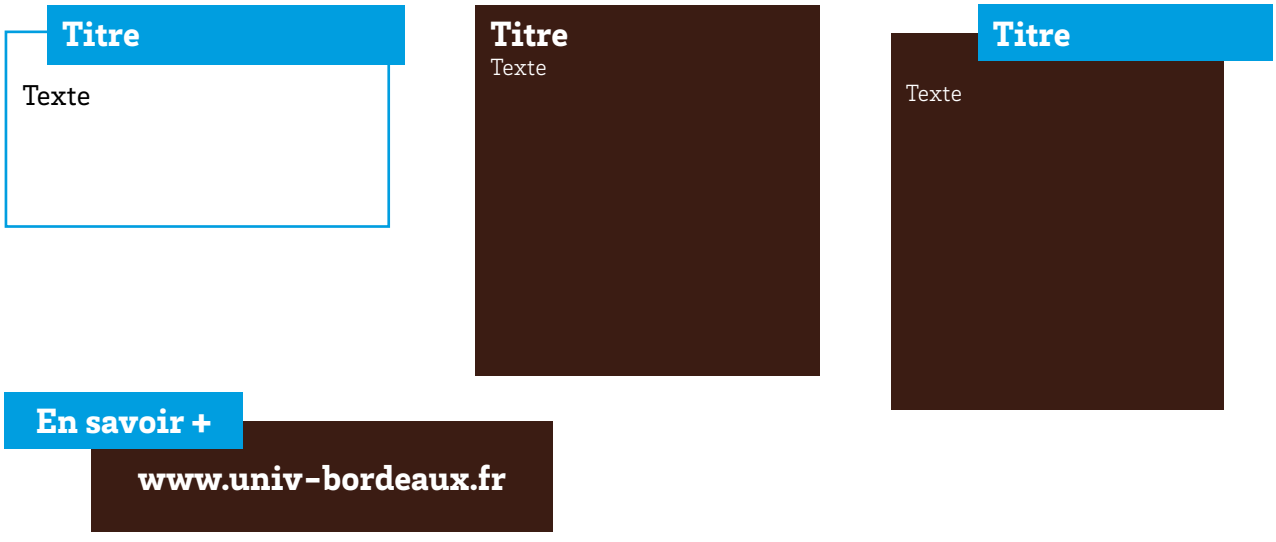
**Les flèches**
aident à la compréhension des cursus, peuvent servir à pointer des informations.



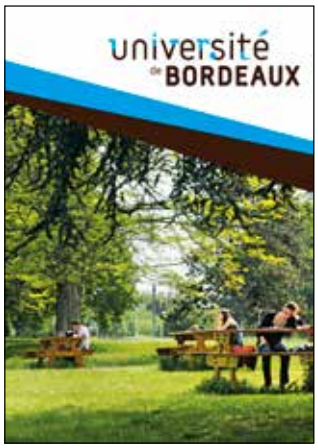
**Les puces**
en forme de flèches sont utilisées pour les listes, énumérations...

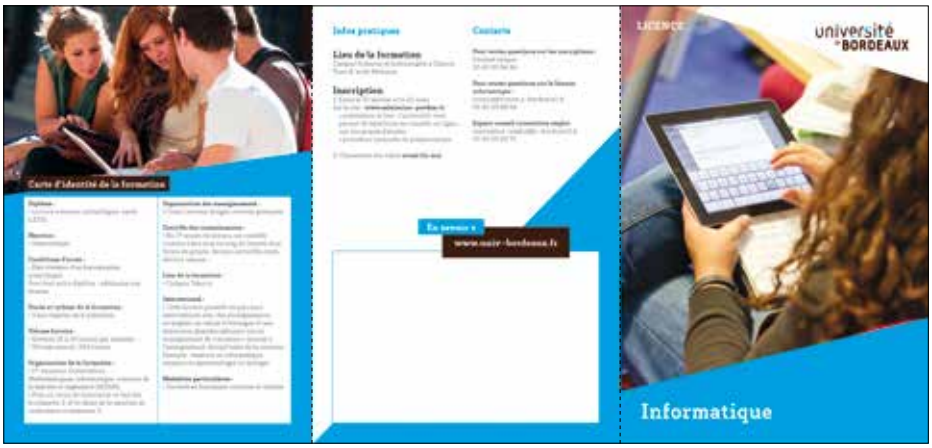


**Les blocs**
permettent de mettre en avant un paragraphe, un encadré d'information, un contact, à l'intérieur d'un document.

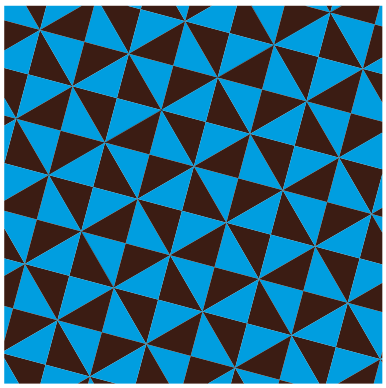


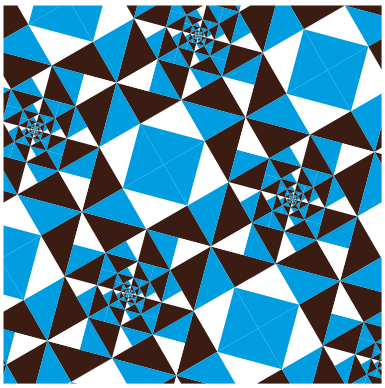
**Les obliques et les triangles**
Grand principe de l'identité de l'université, exploités sur la papeterie, la signalétique et la communication, ils permettent de contenir des photos, de pointer des infos mais aussi de marquer des entrées, des unes par des aplats de couleur.




**Les motifs bleu & marron**
peuvent servir pour des unes sans iconographie, comme pages de garde, comme fonds d'écran, etc.


Motif 1


Motif 2


Motif 3

## Caractères typographiques : polices d'accompagnement

### Pour la direction de la communication

La police Brix Slab est utilisée comme police d'accompagnement pour l'ensemble des publications imprimées (brochures, documentation, courrier...), le multimédia (site web) et la signalétique (kakemono, oriflamme, enseigne...)

La typographie Brix Slab a été dessinée par Hannes von Döhren & Livius Dietzel en 2011.

Brix Slab est une mécane aux détails subtils. Optimisée pour de long texte et très lisible en petite taille.
Disponible sur www.myfonts.com (payante)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

## Caractères typographiques : polices d'accompagnement

### Pour le autres structures de l'université

Arial et Times New Roman sont des polices installées sur tous les ordinateurs et utilisables sur tous les systèmes et plateformes (pc et mac).
Il faudra avoir recours aux styles de caractère «normal», «gras» et «italique».

On privilégiera l'Arial pour les informations (contacts, références...)
et la Times New Roman pour «la parole» (corps du courrier, rapport, compte rendu...)

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

Times New Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

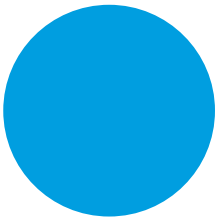
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

## Palette de couleurs

### Les fondamentales

Les couleurs à privilégier sont celles du logo : bleu et marron

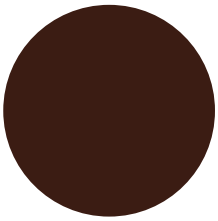
à privilégier



Dénomination : « Cyan » ou «Bleu»

**CMJN**

100 / 0 / 0 / 0



Dénomination : « Marron »

**CMJN**

30 / 72 / 74 / 84

### Les secondaires

Il existe cependant une palette de couleur en annexe à utiliser avec parcimonie et avec l'accord de la direction de la communication.



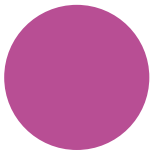
**CMJN**

0 / 60 / 70 / 0



**CMJN**

60 / 0 / 70 / 0



**CMJN**

30 / 80 / 0 / 0



**CMJN**

70 / 0 / 34 / 0



**CMJN**

0 / 0 / 65 / 15



**CMJN**

0 / 82 / 64 / 0

## Style photographique

Les photos avec de l'humain sont à privilégier.
L'architecture, la ville, la vie au campus, les saisons sur les campus, les ateliers de travaux pratiques sont d'autres sujets à développer en reportage photo afin de diversifier au maximum la banque d'image de l'université.
Un travail sur la profondeur de champs, les environnements colorés et les cadrages aidera à la qualité générale des photographies.





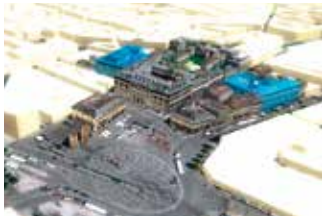












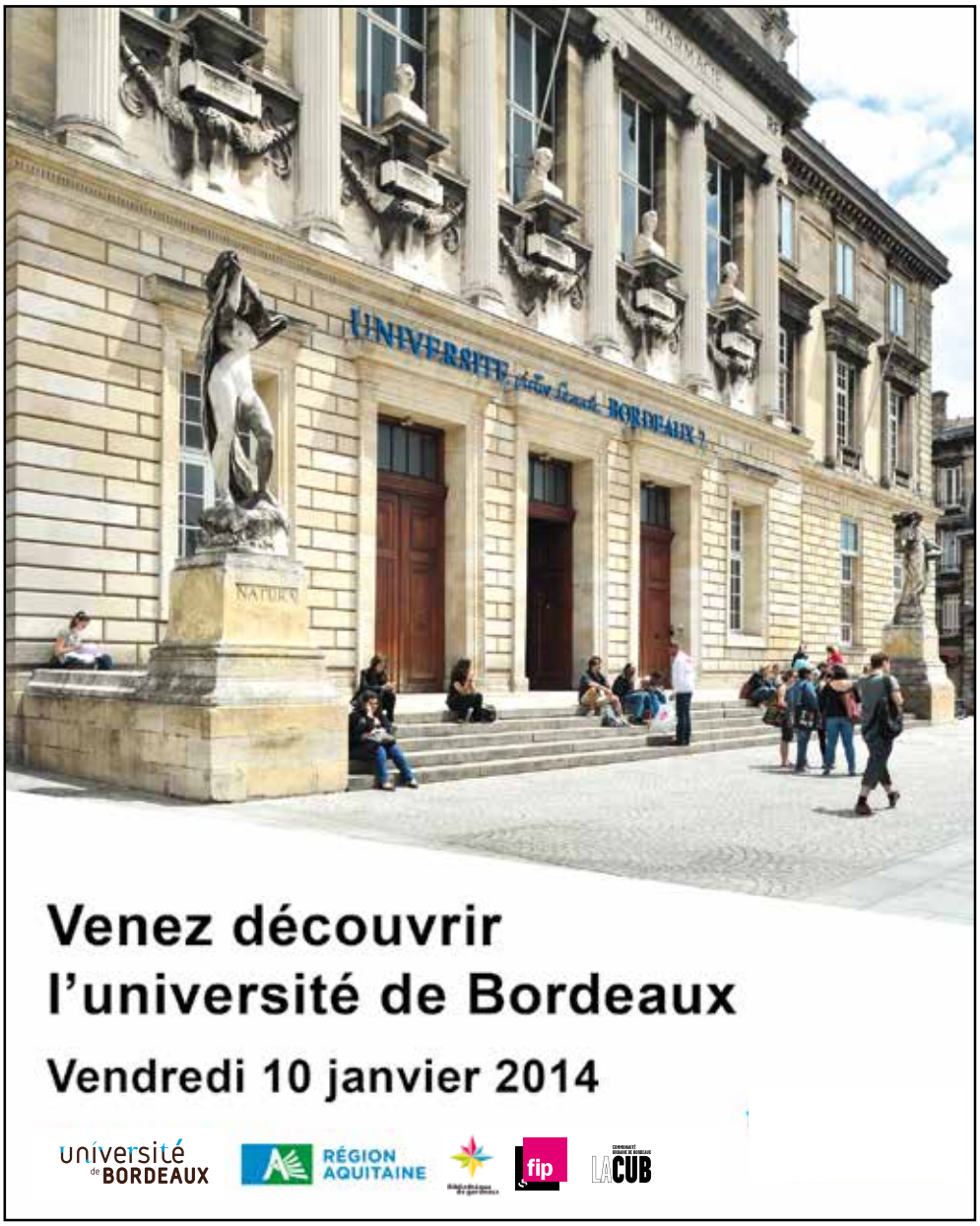

Ces photographies et iconographies ne sont qu'à titre d'exemple et ne sont pas libres de droit. Elles ne peuvent en aucuncas être réutilisées. Elles ne font pas partie du fonds iconographiques de l'université de Bordeaux.

# L'édition

## Règles de co-marquage

Il est nécessaire de respecter une zone de protection ou espace de respiration du logotype afin qu'aucun autre élément ne vienne perturber sa lisibilité.



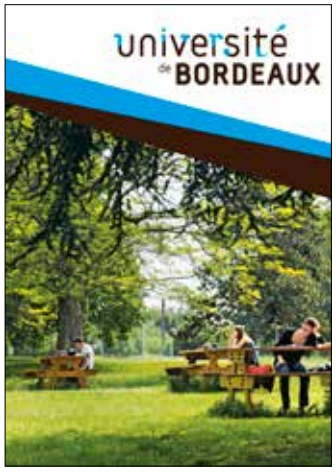



## Brochure institutionnelle

Les documents institutionnels s'adressent essentiellement au grand public, aux personnels, aux partenaires, à la presse et aux entreprises.
Ces documents ont pour vocation de promouvoir l'image de l'université de Bordeaux.

Le bleu et le marron seront les couleurs dominantes à privilégier sur ce type de documents.
Tous les éléments graphiques présentés précédemment pourront être utilisés mais de façon plus posée et modérée afin de donner un côté plus solennel aux documents.

Couverture




Intérieur









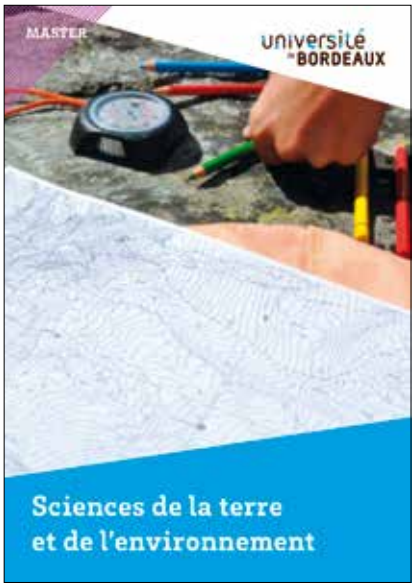


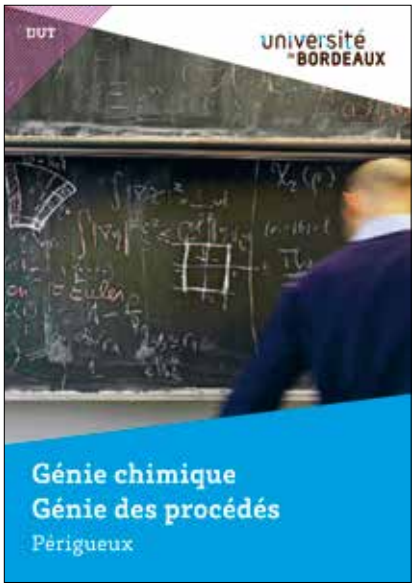

## Brochures de formation

Les documents «formation» s'adressent aux futurs étudiants, lycéens, parents et prescripteurs (conseillers d'orientation, presse et DRH).
Ces documents ont pour vocation d'informer.
Plusieurs couvertures possibles avec à chaque fois le souci de mettre une photo (avec cadrage serré sur des détails ou de l'humain ou plus large sur de l'architecture et des groupes d'humains, avec un jeu de flou, de profondeur de champs, plutôt colorés).

Dépliant 3 volets
format A5
Couvertures, exemples :

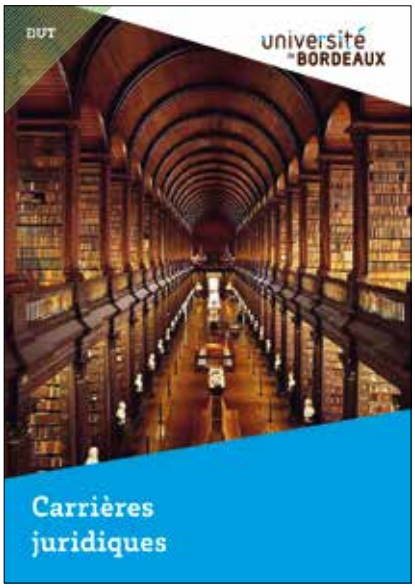




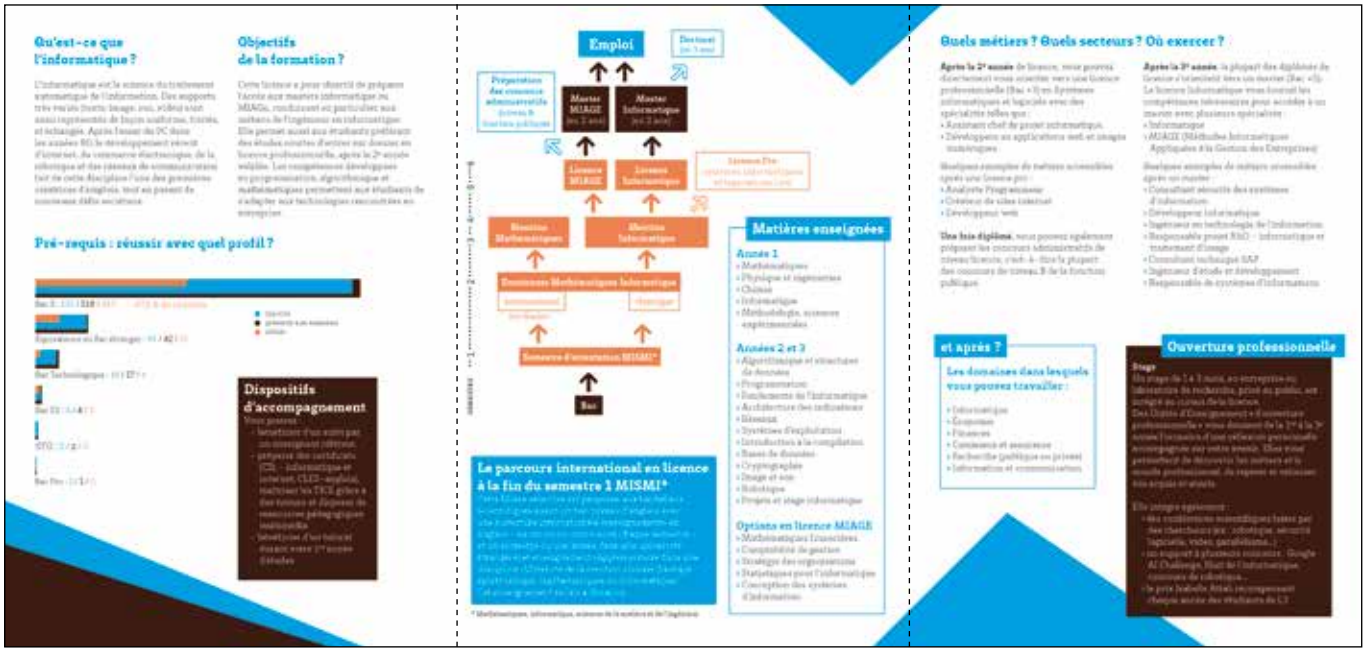




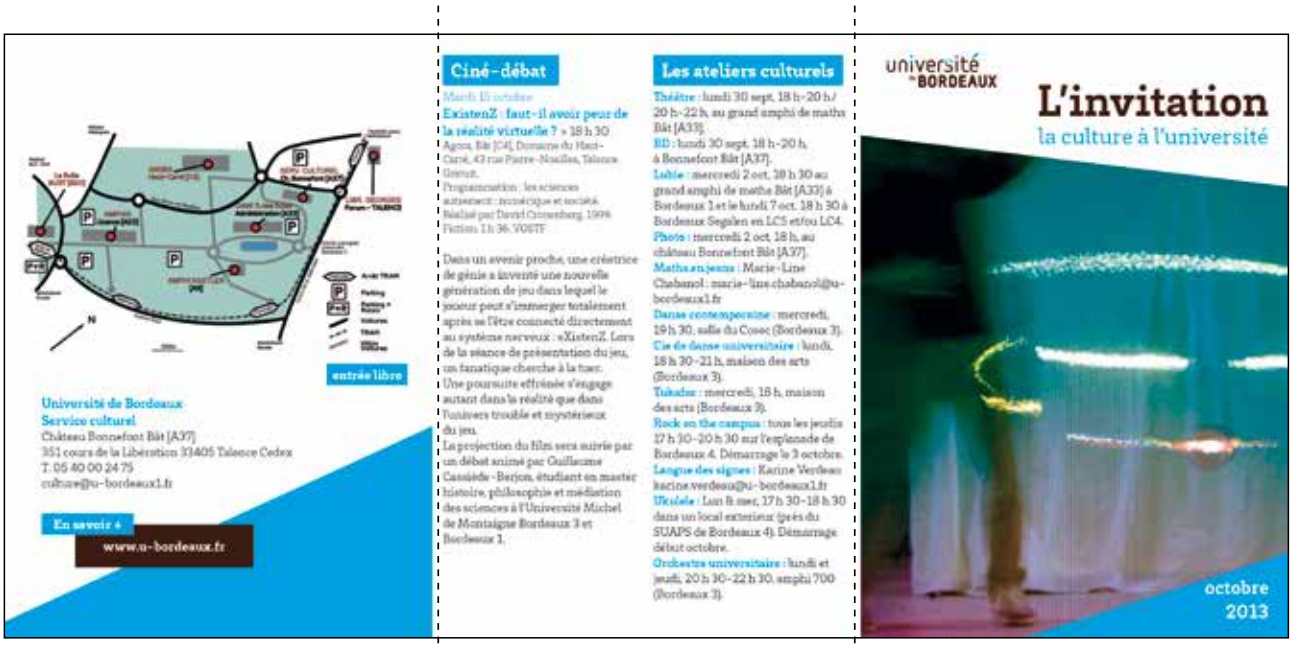
recto


Carte d'identité de la formation
Infos pratiques
Lieu de la formation
Inscription
Contacts
En savoir +
www.univ-bordeaux.fr
LICENCE
université de BORDEAUX
Informatique

verso


Qu'est-ce que l'informatique ?
Objectifs de la formation ?
Pré-requis : réussir avec quel profil ?
Dispositifs d'accompagnement
Emploi
Matières enseignées
Le parcours international en licence à la fin du semestre 1 MISMI*
Quels métiers ? Quels secteurs ? Où exercer ?
et après ?
Les domaines dans lesquels vous pourrez travailler :
Ouverture professionnelle

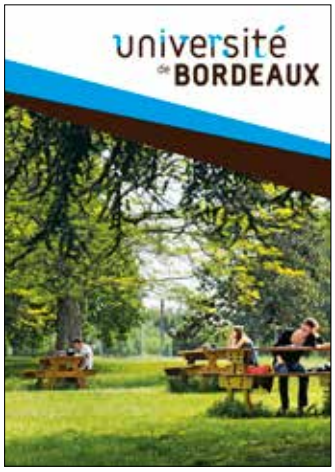
## Programme scientifique ou autre





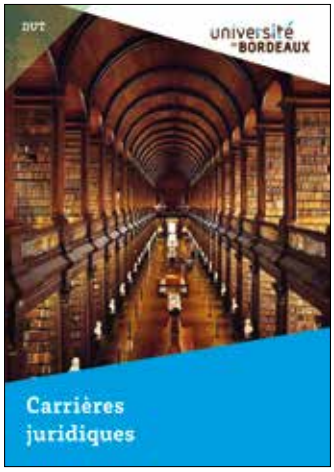

## Couvertures variées

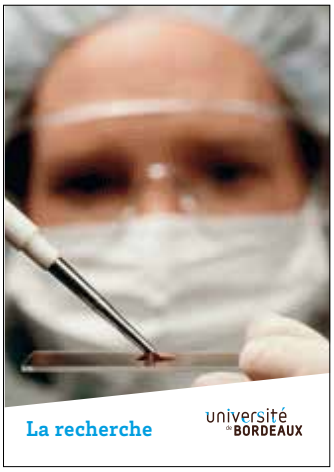
Le format A4 à la verticale ou à l'horizontale est à privilégier.
Plusieurs principes de mise en page sont proposés dans un souci de répondre aux différentes problématiques possibles (avec ou sans photo, en couleur ou en noir & blanc...)
Toutes ces couvertures reprennent les éléments graphiques de la charte.





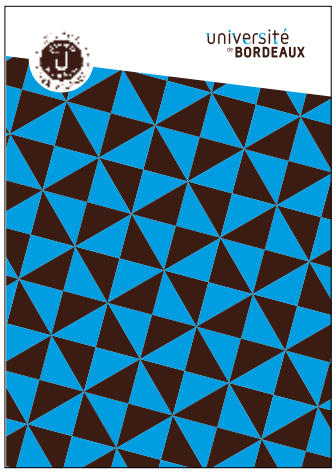


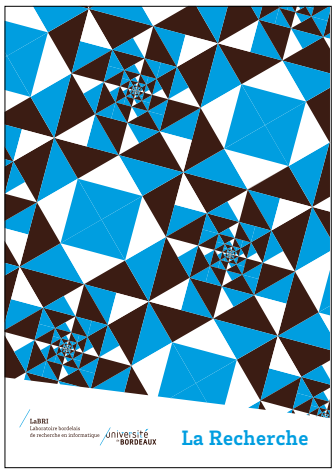




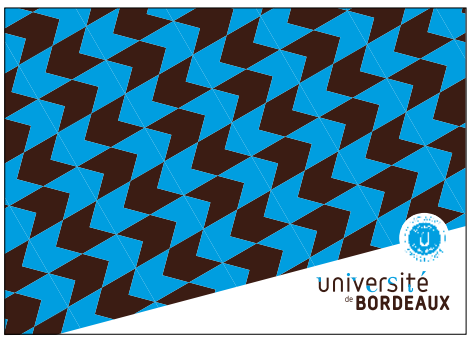








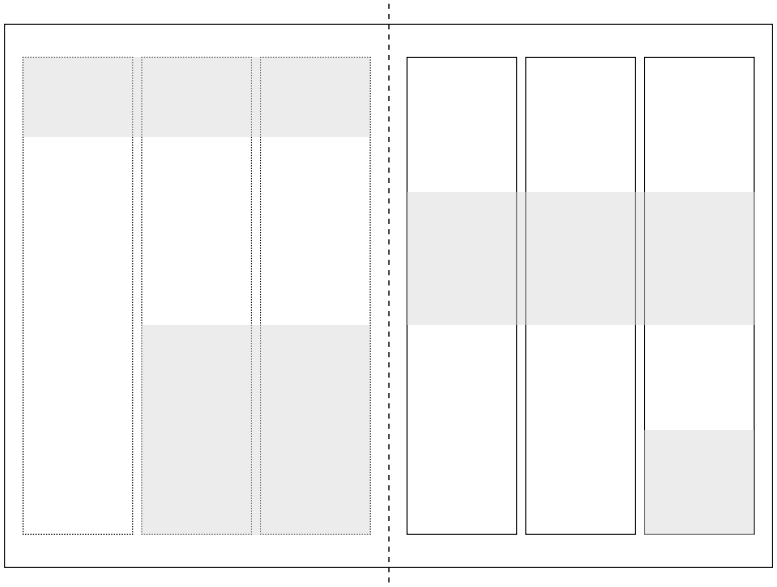


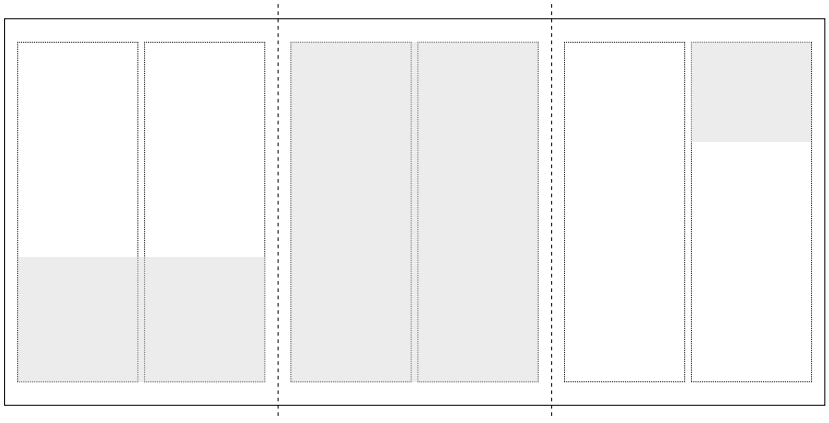
## Mise en page intérieures variées

Plusieurs principes de mise en page sont proposés dans un souci de répondre aux différentes problématiques possibles.
Toutes ces mises en page reprennent les éléments graphiques de la charte.

Des grilles d'édition ont été suggérées afin d'aider à la conception de mises en page.
Cependant, elles peuvent être adaptées facilement pour d'autres formats.

Il est préférable de laisser des marges légèrement plus grandes sur le bas et le haut, que sur les côtés.
Les pages A4, et au-delà, sont divisées en 3 colonnes, qui permettent de caler les zones de texte ou d'image.
Il est néanmoins possible de fusionner 2 ou 3 colonnes ensemble afin de faire ressortir un titre, un chapeau ou un bloc image.
Sur des formats de page plus petits, la page est divisée en 2 colonnes.
Le fond de page est blanc pour garantir une bonne lisibilité, en revanche les encadrés peuvent être traités en couleur (principales + complémentaires).
Il faudra éviter de mettre du texte à cheval sur un fond de page et un oblique de couleur.
Occasionnellement, le jeu d'oblique peut se faire du texte, une citation par exemple ou un gros titre.



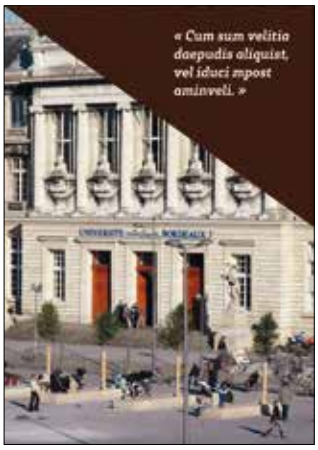


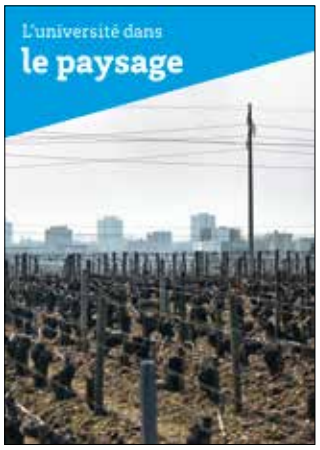

Un enseignement
d'exception


Bordeaux
une métropole
à vivre


campus
Victoire




« Cum sum velitia
daepudis aliquist,
vel iduci mpost
aminveli. »


L'université dans
le paysage


université
de BORDEAUX
L'invitation
la culture à l'université
octobre
2013


« Cum sum velitia
daepudis aliquist,
aut porit odis esequi
nulpa vel iduci mpost
aminveli. »








Carte d'identité de la formation




Concert
Avant-première


Impro
CAMPULSATIONS

## Invitation

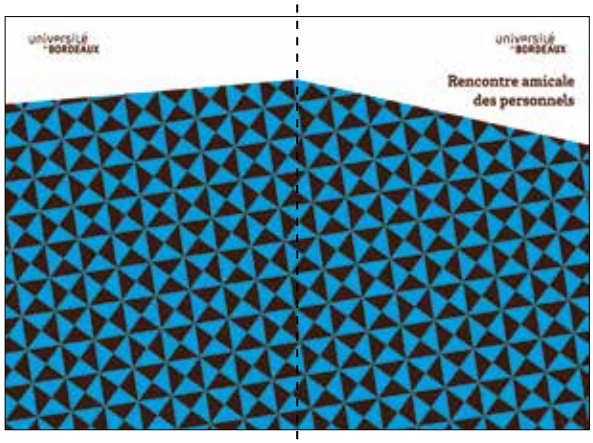
Les documents créés à l'occasion d'événements spécifiques doivent s'inscrire dans le prolongement du style graphique de l'université de Bordeaux.
Si le document est produit en interne, on veillera à utiliser l'Arial (voir page 73).
Si le document est produit par la direction de la communication, on utilisera la BrixSlab.
La construction reste la même dans les deux cas.

Invitation prestige
A4 pliée (soit fermée A5) recto/verso

couverture avec image




couverture sans image




intérieur

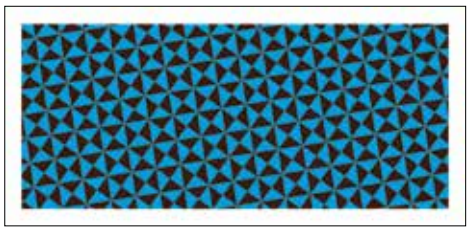



basique
Invitation 21 x 10 cm
recto/verso ou recto seul

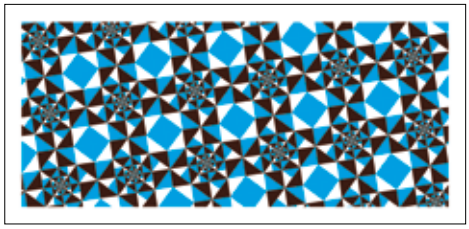
recto avec image



recto sans image version 1



recto sans image version 2



verso version 1




verso version 2



## Invitation numérique pour mailing

Le logo de l'université de Bordeaux se calera en haut à gauche pour une visibilité optimale.
L'iconographie sera placée en fin de mail afin de préivilégier le texte de l'invitation au premier coup d'œil.



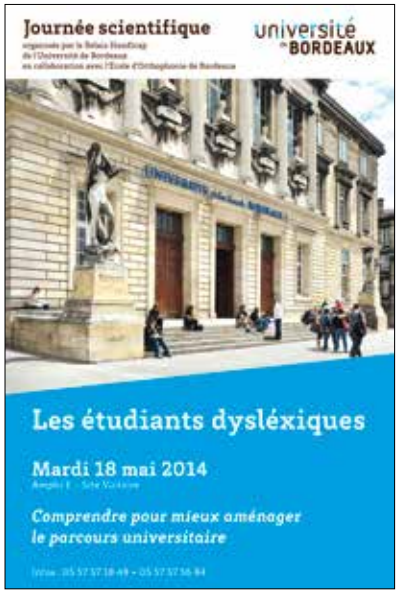



## Affiche éditée par la direction de la communication

Utilisation de la typographie BrixSlab uniquement.

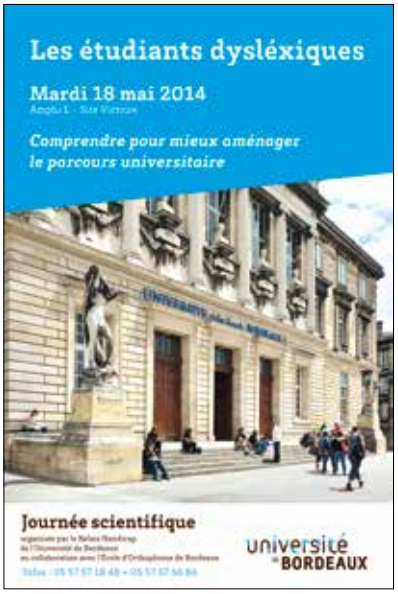
- Titre de la manifestation et autres informations justement hiérarchisés (majuscules, corps de texte, graisse, etc.)
- Date de la manifestation
- Jeu avec un oblique (avec insertion icono, aplat couleur ou trame)
- Logo de l'université
- Les 2 couleurs bleu et marron

Ici, format 40 x 60 cm















## Affiche éditée en interne

Utilisation de la typographie Arial uniquement (voir page 73).
Un modèle sous word est disponible en téléchargement.

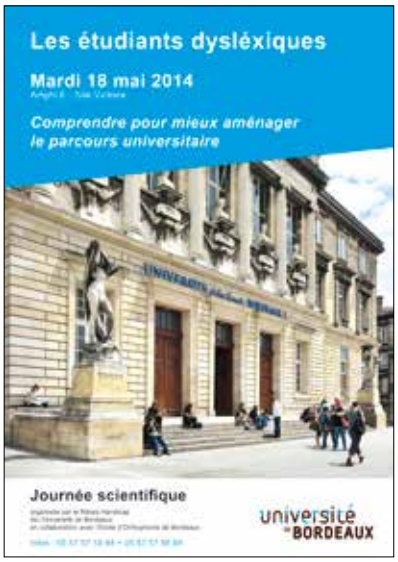
- Titre de la manifestation et autres informations justement hiérarchisés (majuscules, corps de texte, graisse, etc.)
- Date de la manifestation
- Jeu avec un oblique (avec insertion icono, aplat couleur ou trame)
- Logo de l'université
- Les 2 couleurs bleu et marron

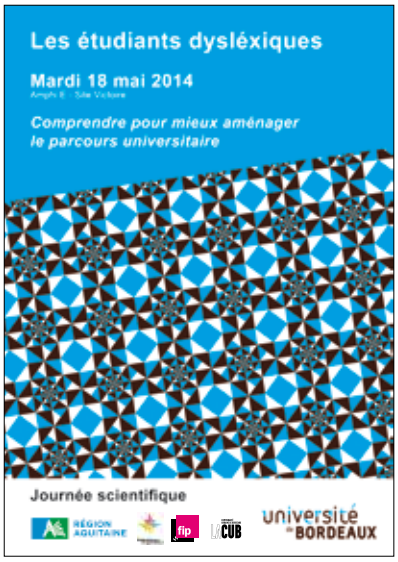
Ici, format A3












## Flyer

Utilisation de la typographie Arial uniquement.
Un modèle sous word est disponible en téléchargement.

- Titre de la manifestation et autres informations justement hiérarchisés (majuscules, corps de texte, etc.)
- Date de la manifestation
- Jeu avec un oblique (avec insertion icono, aplat couleur ou trame)
- Logo de l'université
- Les 2 couleurs bleu et marron

Ici, format A5



























## Diaporama de présentation

Format 720 x 540 pixels en RVB.
Utilisation de la typographie Arial uniquement.
Un modèle sous powerpoint est à votre disposition sur l'intranet.

La mise en page doit être une déclinaison de l'univers (page 83).

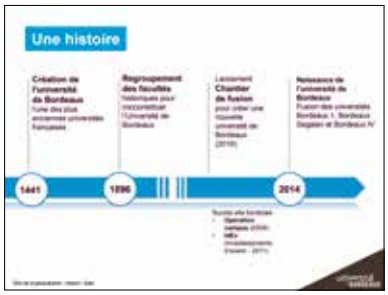
Sur la Une :
- Titre de la présentation
- Logo de l'université
- Jeu avec un oblique (avec insertion icono, aplat couleur ou trame)

Diapositives suivantes :
- Titre sur fond encadré
- Les 2 couleurs principales, bleu et marron, et éventuellement couleurs annexes
- Jeu avec le coin bas droit marron ou bleu qui s'aggrandit, s'allonge au fur et à mesure du déroulé de la présentation
- Utilisation des formes graphiques (blocs, flèches, puces...)





















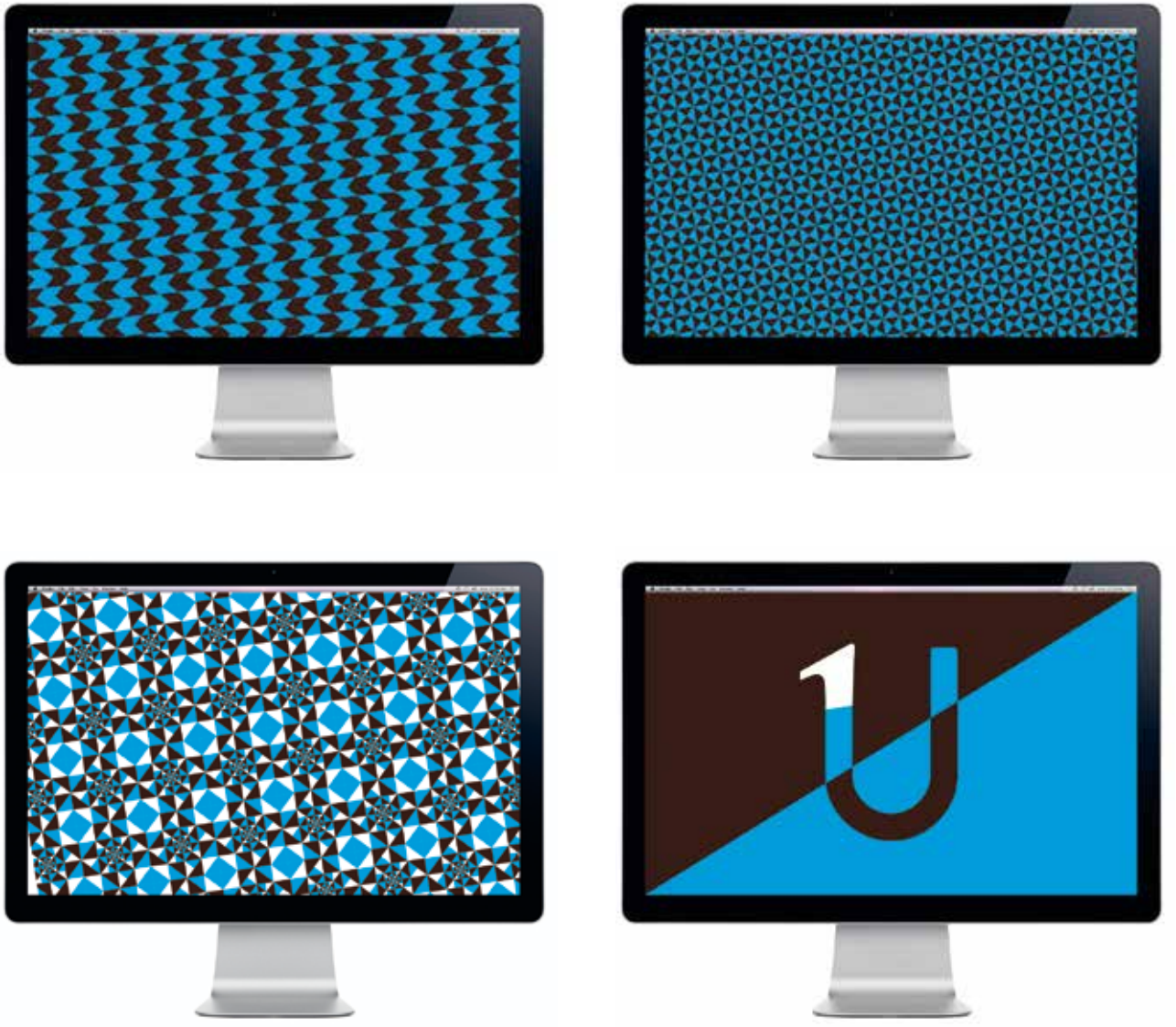









## Écrans de veille



## Site internet, page d'accueil



## Site internet, page d'accueil



## Site internet, intranet



# La signalétique et objets dérivés

## Marquage de porte

Il est demandé au personnel d'utiliser le principe ci-après de signalétique de porte afin d'avoir une cohérence générale.
Ce principe sera à adapter en fonction des différents formats, et des différents supports.

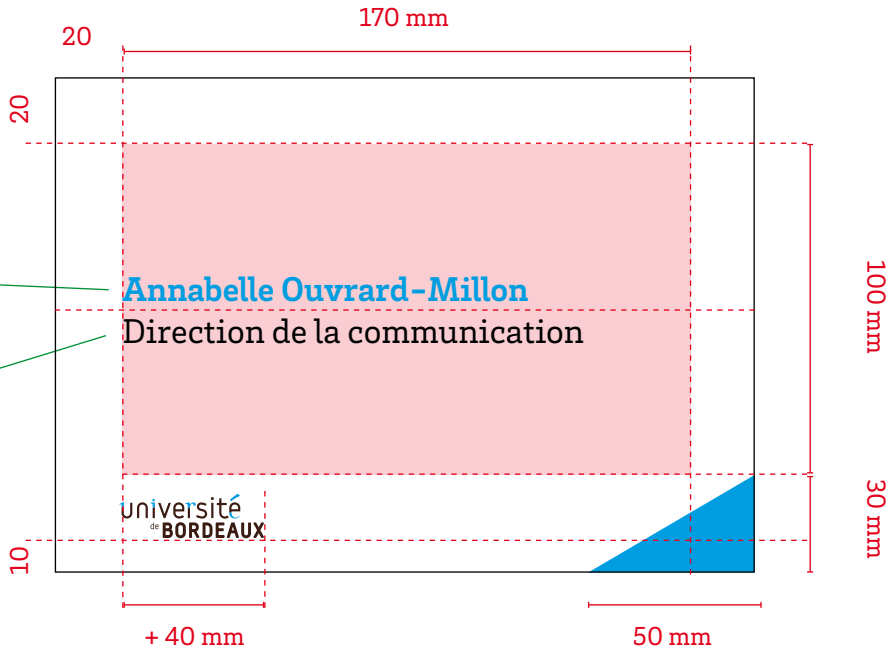
Exemple sur la base d'un A5 (148,5 x 210 mm)

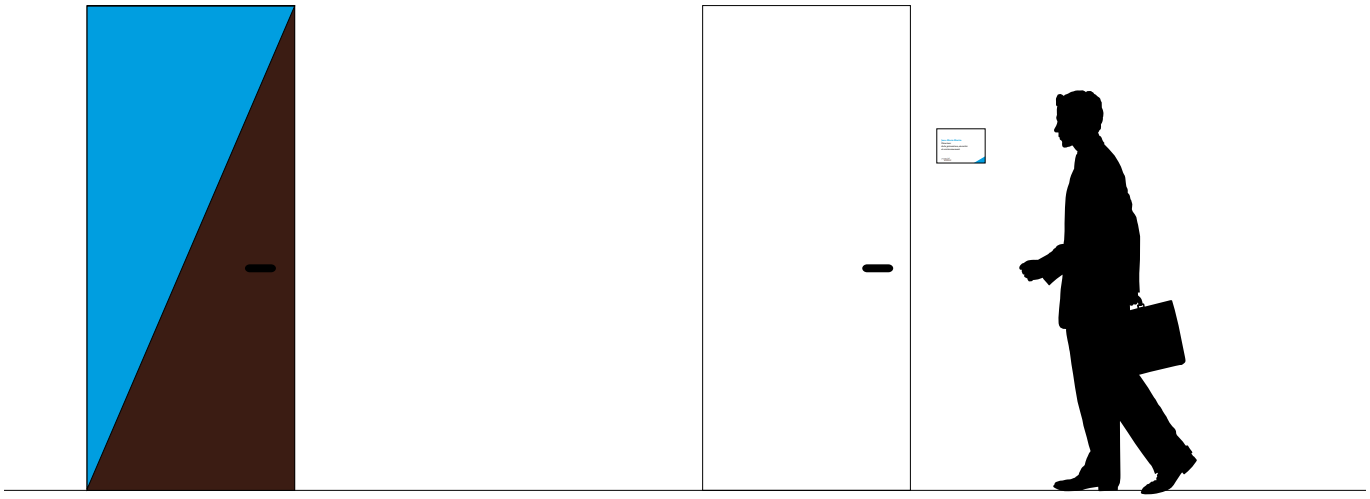



Texte centré sur la hauteur de la zone de texte (170 x 100 mm) Fer à gauche

Brix Slab Bold couleur Cyan corps 30 pts

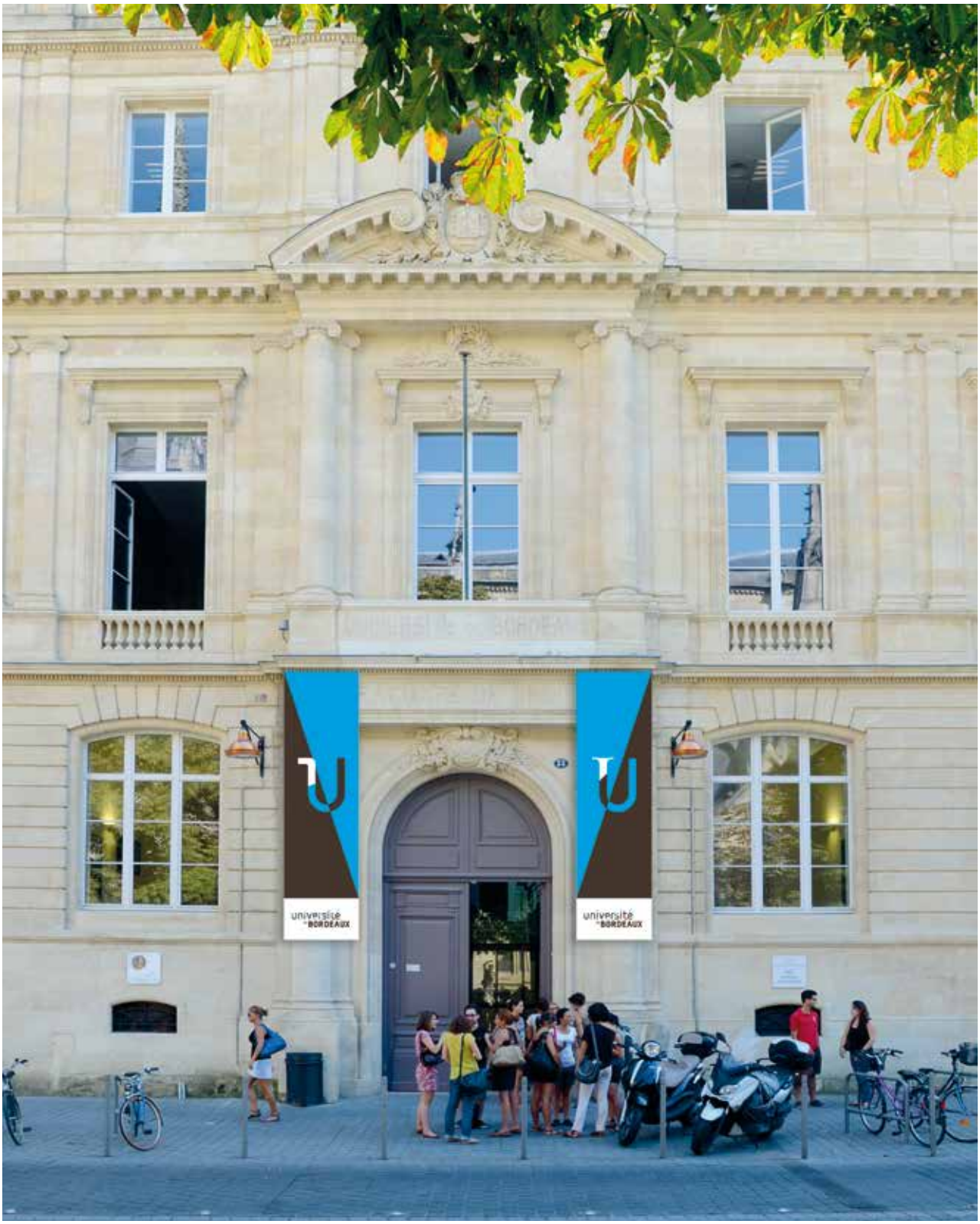
Brix Slab Reg couleur Noir corps 30 pts



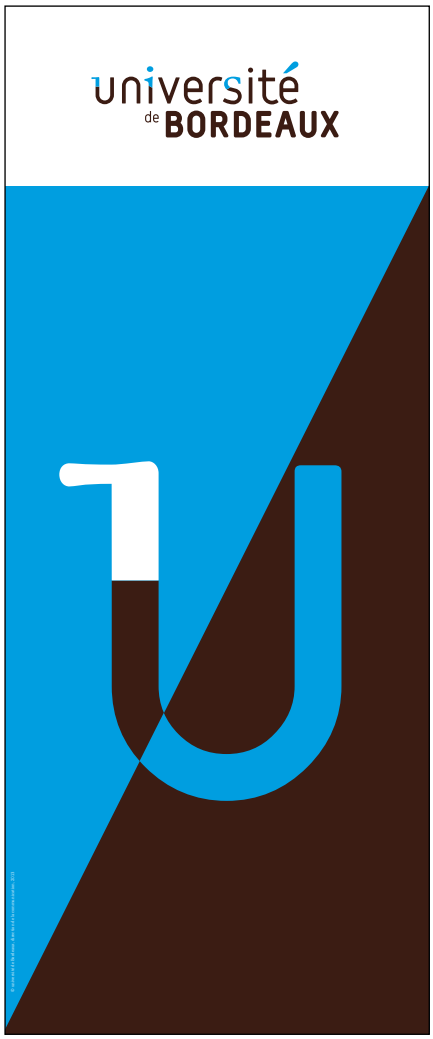


## Marquage bâtiment




université
BORDEAUX
université
BORDEAUX

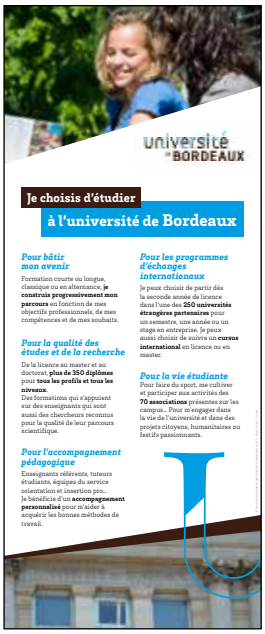
## Banderoles et kakemonos événementiels





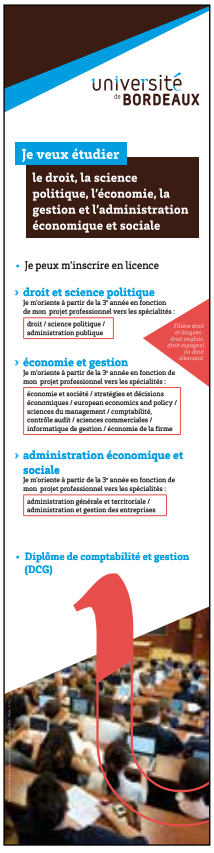




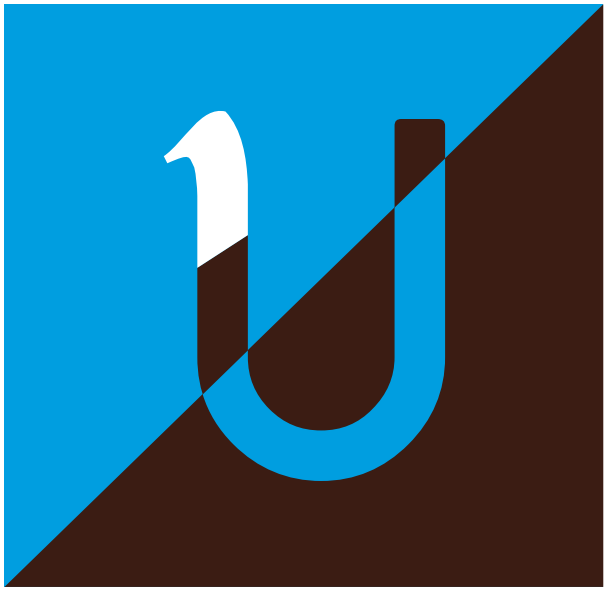




## Roll up en habillage sur les salons




## Habillage de comptoir



## Banderoles et kakemonos événementiels

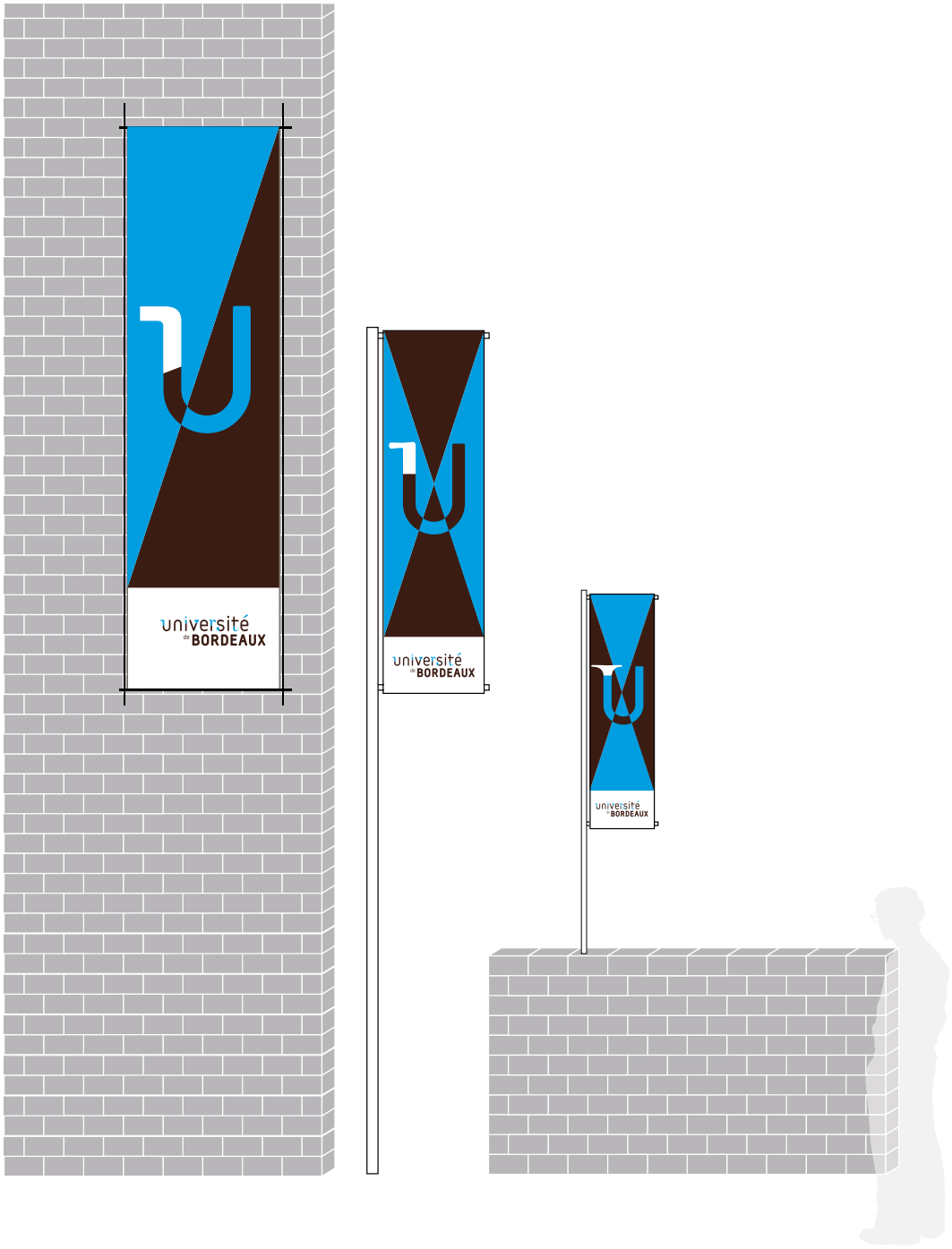


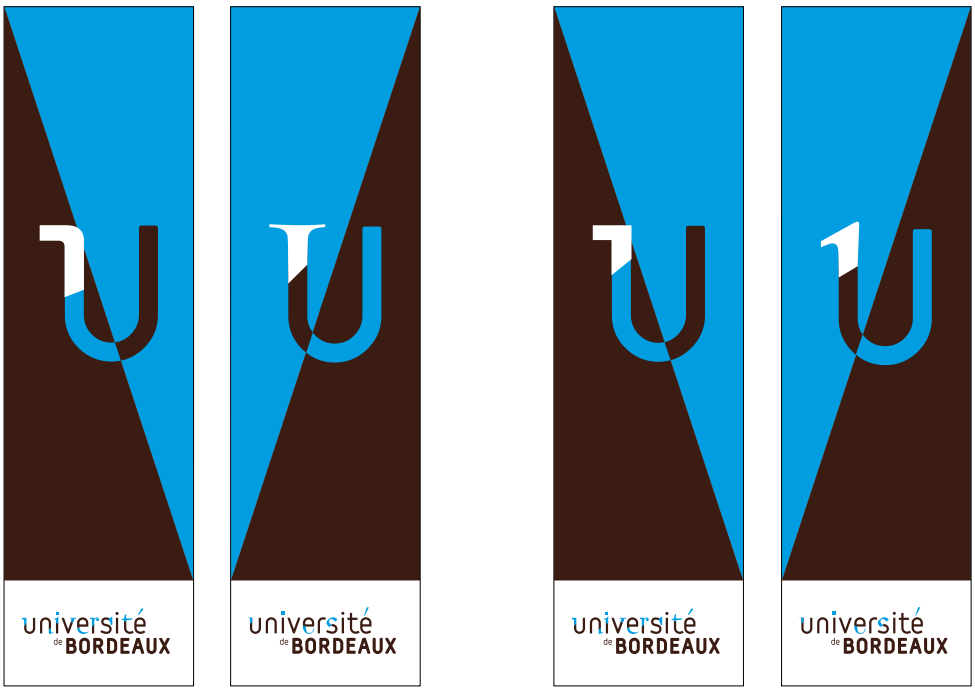

Bâche événementielle

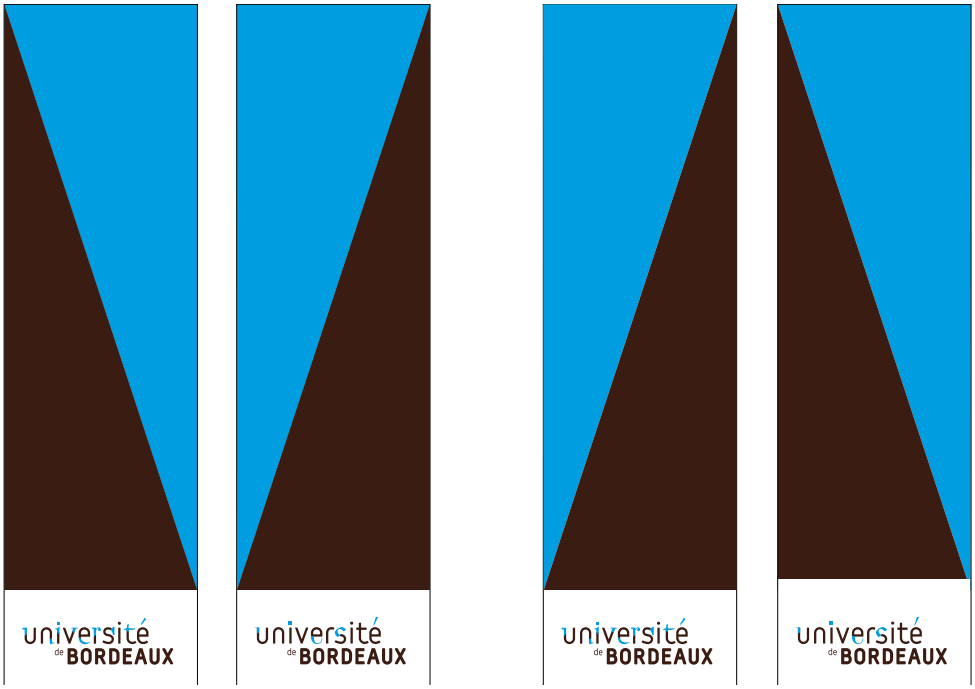



Simulation de stand

## Kakemonos


université de BORDEAUX
université de BORDEAUX
université de BORDEAUX


université
de BORDEAUX


université
de BORDEAUX

## Les objets dérivés













université
BORDEAUX


université
BORDEAUX




université
BORDEAUX


université
BORDEAUX

# Annexes

## Règles typographiques

**Abréviations**
Dans les textes courants (notamment des articles, des brèves, des blogs…), on évitera d'abuser des abréviations, car elles risquent de ralentir la lecture et de provoquer des difficultés de compréhension (on se limitera donc aux plus courantes, telles que etc. pour et cetera et p. pour page). On évitera de construire ses propres abréviations, et l'on préférera utiliser les conventions habituelles (par exemple, p. au lieu de pge, M. au lieu de Msieur).
Les abréviations construites par retranchement des lettres finales sont invariables. On écrira bull. pour bulletins, et surtout pas bulls. ; dép. pour départements, et jamais déps. ; chap. pour chapitre et non chaps. Seules les abréviations constuites par retranchement de lettres médianes peuvent être mises au pluriel : Mmes pour mesdames. Les abréviations devenues de véritables noms communs dans la langue courante acceptent le pluriel : des autos, des motos, des cinémas, des photos…
Les abréviations de monsieur, madame posent souvent des difficultés.
- Monsieur s'écrit M. (toujours en majuscules) ; en français, on n'écrit jamais Mr, qui signifie mister.
- MM. signifie messieurs (ici, exceptionnellement, la répétition de la lettre marque le pluriel).
- Les abréviations de mademoiselle, mesdemoiselles, madame, mesdames, se construisent par retranchement de lettres médianes

Erreur fréquente : l'abréviation etc. n'est jamais suivie de points de suspension (car ils ont le même sens). La forme : « les pommes, les poires, etc… » est une erreur.

Les nombres ordinaux s'abrègent ainsi : 1er, 1re 2e, 3e.
Erreurs fréquentes : 1ère, 2ème sont des formes erronées.
Ne pas confondre 1er, 2e… avec 1°, 2°, qui signifient primo, secundo… (le « ° » est un petit o, et non un zéro). Ils ne peuvent donc pas s'utiliser à la place de « premier » et « second ».

**Accents**
La règle classique consiste à systématiquement accentuer les capitales (y compris le À ; pas seulement les petites capitales). En effet, les accents français influent sur le sens des mots ; leur absence introduit donc des risques de mauvaise interprétation.
Par exemple : « LE FASCISME ERADIQUE SUR LE NET », à la place de « LE FASCISME ÉRADIQUÉ SUR LE NET » ; ou bien « PALAIS DES CONGRES ».

**Acronymes**
Les acronymes, ou sigles constitués des premières lettres d'une série de mots, s'écrivent en majuscules, sans point entre les lettres ni à la fin.
De nombreux acronymes s'écrivent comme des noms propres, avec une unique capitale initiale : Benelux, Sida, Unesco…
Plusieurs règles se combinent assez bien, permettant de déterminer si l'on écrit un acronyme entièrement en majuscules ou avec une unique capitale initiale :
- les acronymes de trois lettres et moins s'écrivent en majuscules ; au-delà, on peut passer en minuscules ;
- les acronymes qui peuvent se prononcer « comme un mot » s'écrivent en minuscules (Benelux, Unesco) ; ceux qui s'épèlent restent en capitales (FLNC, BNP) ;
- les acronymes d'usage très courant dans la conversation s'écrivent en minuscules : Sida, parfois Otan.

Notez bien : le fait que des sigles s'écrivent entièrement en majuscules n'impose aucunement que les expressions d'origine s'écrivent avec des majuscules initiales, bien au contraire. « OTAN » s'écrit en majuscules, mais on écrit « Organisation du traité de l'Atlantique nord », on écrit « OCDE » et « Organisation de coopération et de développement économique » (inutile de placer des majuscules à chaque mot).

Exemple : «email» est en minuscules et ne prend pas de trait d'union.
«tél.» est en minuscules et fini par un point, c'est un acronyme. Il peut être encore simplifié par un T unique sur la papeterie.
«fax» est en minuscules, ce n'est pas un acronyme. Il peut être encore simplifié par un F unique sur la papeterie.

**Italiques**
Le titre d'un livre, d'un mémoire, d'un journal, d'un album de musique, d'un film, d'une œuvre s'écrivent en italique, sans guillemet.
Le titre d'un article, d'une exposition, d'un morceau de musique, s'écrivent en romain, avec des guillemets.
Les locutions latines, comme les mots étrangers, se composent en italique : ad hoc, idem, a fortiori, vice versa…
Les expressions latines passées dans le langage courant se composent directement en romain, parfois accentuées : duplicata, mémento, post-scriptum…
Les abréviations « cf. » et « etc. » se composent en romain.

Le Lexique de l'Imprimerie nationale indique que l'on peut composer les expressions : à priori, à fortiori, à posteriori directement en romain, avec un à accentué, car on les considère ici dans des formes francisées.

**Coupures des mots et retours à la ligne**
Si vous utilisez un logiciel de PAO, pensez à bien indiquer que vous travaillez en français, afin que le logiciel utilise les règles de césure propres à notre langue (on ne coupe pas les mots de la même façon dans toutes les langues).

**Majuscules**
On pourra résumer ainsi l'essentiel du propos, en se souvenant que les erreurs de composition reviennent en général à placer plus de majuscules que nécessaire :
- la plupart des termes génériques (rues, titres de fonctions…) s'écrivent entièrement en minuscules ;
- les titres spécifiques (précisant ce qu'est l'objet ou la fonction désignés) s'écrivent généralement en plaçant une majuscule initiale au premier mot significatif (le plus souvent, un nom commun) ; si ce mot est précédé d'un adjectif, celui-ci adopte aussi une majuscule initiale. En revanche, tout ce qui suit le mot significatif, à l'exception des noms propres, est entièrement en minuscules : l'Assemblée nationale (A majuscule au nom, l'adjectif est après ce nom, donc en minuscules), le Grand Palais (P

majuscule au nom, et G majuscule à l'adjectif qui précède).

**Organismes**

Il faut différencier les organismes multiples, c'est-à-dire dont d'autres organismes du même type existent dans l'organisation administrative, et les organismes uniques, c'est-à-dire dont la compétence s'étend à l'ensemble du territoire.

- Les **organismes multiples** (il existe plusieurs organismes de même type, même si celui que l'on évoque est identifié précisément par un repère géographique) s'écrivent en minuscules : l'académie de Lyon, le bureau du Sénat, la commission des finances, le conseil municipal de Paris, la direction du Budget, la préfecture de l'Ain...
- Les **organismes uniques** (un seul exemplaire sur le territoire) s'écrivent comme des noms propres, c'est-à-dire avec une majuscule initiale au premier nom significatif, et lorsque c'est le cas une majuscule à l'adjectif qui le précède : les Archives nationales, l'Imprimerie nationale, le Conseil supérieur de la magistrature, le Conseil supérieur de l'audiovisuel, l'Assemblée nationale...

Les **institutions internationales** sont, pour la plupart, des organismes uniques. On leur applique donc la règle des organismes uniques : capitale initiale sur le premier mot significatif, et s'il y en a un, sur l'adjectif qui précède : la Commission européenne, le Conseil de l'Europe, la Cour internationale de justice, l'Organisation du traité de l'Atlantique nord...

Le nom du **mois** s'écrit en minuscules (pas de majuscule initiale) : 28 juillet 2002, et jamais 28 Juillet. On ne met une majuscule initiale au nom du mois que lorsque la date est utilisée comme symbole d'un événement historique : le 14 Juillet, le 11 Septembre.

Les noms des **fonctions** s'écrivent sans majuscule initiale : le pape, le ministre, le président de la République, le roi, le député, le général...
Attention : le Premier ministre. Les textes officiels peuvent souvent écrire, par déférence : le Président de la République.

On peut, dans certains cas, utiliser le nom de la fonction avec une majuscule initiale lorsque, sans équivoque possible, on utilise cette fonction en lieu et place du nom propre de la personne. L'Empereur (lorsque l'on est sûr, dans ce texte précis, que l'on parle de Napoléon Ier), le Cardinal (à la place du cardinal Richelieu).

**Rue**

Dans l'énoncé d'une adresse, les mots rue, place, boulevard... s'écrivent en minuscules. Les noms, les adjectifs et les verbes qui composent le nom caractéristique de l'endroit prennent chacun une capitale initiale et sont liés par des traits d'union : l'avenue de la Porte-des-Lilas, la rue du Général-de-Gaulle, la rue du Chien-qui-Fume, l'impasse Léon-Trotsky, la place du 1er-Mai...
Boulevard prendra une majuscule dans quelques rares expressions consacrées : les Grands Boulevards, les Boulevards extérieurs, le Boulevard périphérique.

**Siècle**

Les siècles s'écrivent en chiffres romains en petites capitales, en respectant l'abréviation des nombres : le XXe siècle.
Erreurs fréquentes : on n'écrit pas les numéros des siècles en chiffres arabes, et l'abréviation est bien e, jamais ème. Par exemple : « 20ème siècle » est à proscrire absolument.

**Ponctuation et espaces**

| Ponctuation | Avant le signe | Signe | Après le signe |
|---|---|---|---|
| Virgule | Pas d'espace | , | Espace |
| Point | Pas d'espace | . | Espace |
| Deux points | Espace | : | Espace |
| Point-virgule | Espace | ; | Espace |
| Point d'exclamation | Espace | ! | Espace |
| Point d'interrogation | Espace | ? | Espace |
| Points de suspension | Pas d'espace | ... | Espace |
| Parenthèse ouvrante | Espace | ( | Pas d'espace |
| Parenthèse fermante | Pas d'espace | ) | Espace |
| Apostrophe | Pas d'espace | ' | Pas d'espace |
| Guillemet ouvrant | Espace | " | Pas d'espace |
| Guillemet fermant | Pas d'espace | " | Espace |

## Concept dans son intégralité

### Logotype de l'université de Bordeaux : un système graphique

Le logo de l'université de Bordeaux est une graphie* (qui, par son universalité et sa sobriété s'inscrit pleinement dans des codes et standards internationaux de référence.

* Graphie
n.f. (gr. graphein, érire).
LING Représentation écrite (d'un mot, d'un énoncé). *Le Petit Larousse*

Il est ancré dans l'histoire de la transmission des savoirs et dans celle de la Ville et son Université.

C'est un système vivant porteur de sens et innovant car conçu dès sa création autant pour les supports digitaux que pour le papier et l'espace public.

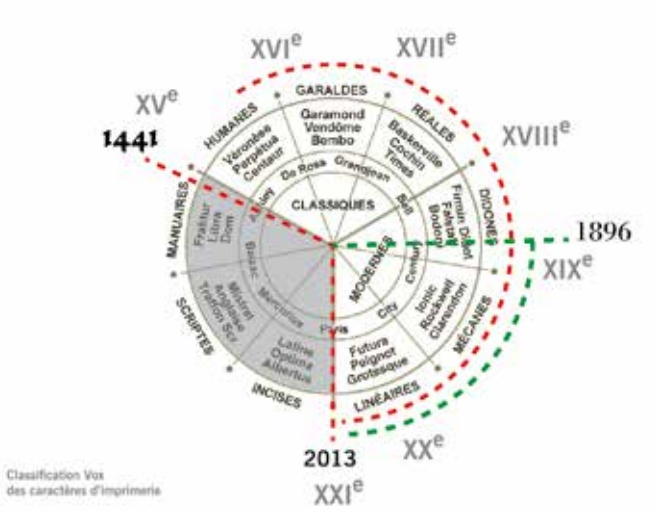
### Une graphie et des couleurs composent un système modulable et ouvert

La graphie est à la fois simple, vivante et intimement liée au savoir.

- Simple par le choix d'une typographie très lisible et sobre qui laisse s'exprimer une identité constituée fondamentalement de l'association de deux mots traités au même niveau car ils sont de même force : *université* d'une part, et *Bordeaux*, d'autre part. Une fois lus – et ils sont lisibles et compréhensibles dans le monde entier - l'émetteur est immédiatement identifié.

- Vivante par l'adjonction sur les lettres du mot *université* d'éléments supplémentaires eux-mêmes tirés d'autres typographies : terminaisons, jambages, empattements, accent ou point, créés au fil des siècles, jusqu'à nos jours, créent une infinie variation de greffons, festons et implants possibles. Ils dynamisent le mot, créent une complicité immédiate avec l'œil. C'est une sorte de jeu qui peut, selon le contexte et le support de la « rencontre », peut être perçu ou non de prime abord.

- Intimement liée au savoir car l'imprimerie et l'université sont historiquement et techniquement très liées, la typographie se révélant outil au service de la diffusion des connaissances. L'invention des caractères mobiles par Gutenberg et la large propagation des livres permirent le développement des universités dans toute l'Europe et l'éclosion de l'humanisme. Cette concomitance est particulièrement frappante dans l'histoire de l'université de Bordeaux.

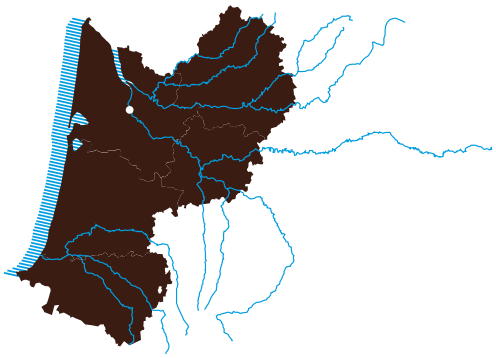



1441 : humanes
(création de l'université de Bordeaux par Pey-Berland)

1896 : mécanes
(regroupement des facultés historiques pour reconstituer l'université de Bordeaux)

2014 : numériques
(naissance de l'université de Bordeaux. Fusion des universités Bordeaux 1, Bordeaux Segalen et Bordeaux 4)

### Les couleurs expriment une réalité propre à l'université de Bordeaux



Marron = histoire, terre, terroir, solide, territoire
Bleu cyan = modernité, eau, océan, fluide, flux, savoir

L'ensemble – graphie et couleurs – composent un système modulable et vivant, et également ouvert.

Parce que la vie et le savoir s'inscrivent par nature dans le mouvement et la complexité, ces « greffons », loin d'être figées, changent de forme, se déplacent et jouent avec les lettres qui composent le mot université.
Pour rendre ce jeu perceptible - 20 emplacements permettent une adjonction de greffons (et pour chacun des ces emplacements, 12 à 24 greffons sont possibles) - il convient de réduire le nombre d'interventions : de 5 au minimum à 10 au maximum ; en respectant 3 fondamentaux qui sont le premier u, l'accent du é et un des deux points des i (en rouge dans le tableau de la page 118).

La graphie de l'université de Bordeaux permet un fonctionnement aisé, soit avec des partenaires avec lesquels il est fréquent de co-signer des documents, soit avec les départements, collèges, facultés, unités, laboratoires et services qui la constituent.
Elle se déploiera sur internet, en papeterie ou dans l'espace public, sous des formes, à des tailles et selon des modalités de mise en œuvre très variées.

**Le logotype de l'université de Bordeaux exprime son identité**

**L'université dans le temps : 1441 > 1896 > 2014**
Fondée en 1441, l'université de Bordeaux est une des plus anciennes universités françaises (...) Supprimée comme les autres universités en 1793, elle renaît par étapes au XIXe siècle sous la forme de facultés, véritablement établie en 1838 pour les Lettres et les Sciences, en 1870 pour le Droit et enfin en 1888 la Médecine et la Pharmacie. Lorsque la loi du 10 juillet 1896 réorganise l'Université de France, Bordeaux retrouve son statut d'Université et commence alors vraiment le XXe siècle de l'Université. »
En 2014, c'est une université qui retrouve sa vocation universelle – au sens multidisciplinaire – qui renaît et prend une nouvelle dimension à l'ère digitale et dans un monde plus ouvert que jamais.

**L'université dans l'espace**
L'université de Bordeaux est celle d'un territoire ; elle participe de la dimension « capitale » de Bordeaux Bordeaux s'est réinventée depuis une dizaine d'année, reprenant sa place dans le concert des grandes villes européennes qui bougent et qui attirent. Comme toutes les villes, Bordeaux est complexe ; son identité est tissée de multiples fils qui s'entrecroisent. Inscrite depuis 2007 au patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco, capitale administrative et économique d'un territoire qui dépasse largement l'Aquitaine, capitale mondiale du vin, Bordeaux est aussi une capitale de l'humanisme et du savoir. Elle le doit à ses figures tutélaires Montaigne et Montesquieu mais aussi à son université, aux travaux et à l'enseignement de ses professeurs et chercheurs dont le rôle n'est pas seulement intellectuelle, mais contribue aussi à son influence et participe à son développement urbain et économique.

**L'université dans un système de valeurs**
L'université de Bordeaux est porteuse de valeurs
Lieu situé géographiquement et aussi – de plus en plus – dans le cybermonde, l'université de Bordeaux est d'abord un creuset d'élaboration et de transmission du savoir. Sans doute plus encore que tout autre institution, sa mission intellectuelle repose sur l'affirmation d'un bouquet de valeurs :

- ouverte et multidisciplinaire > humaniste
- créative et rayonnante > performante
- bordelaise et attractive > internationale

**ANNEXES**

**Université(s) et typographie(s) : des liens étroits**

« Sous la forme imprimerie,
la pensée est plus impérissable que jamais ;
elle est volatile, insaisissable, indestructible. »

« L'invention de l'imprimerie
est le plus grand événement de l'histoire. »

Victor Hugo, *Notre-Dame de Paris*

L'invention / développement de l'assemblage des caractères mobiles par Gutenbers au milieu du XVe siècle est un des facteurs qui, favorisant le développement des échanges et celui des universités, permettent l'éclosion de l'humanisme de la Renaissance.
cf. « Erasme et le pouvoir de l'imprimerie », le philosophe hollandais a bénéficié de son vivant d'environ 1260 impressions ou réimpressions, plus de 1,2 millions d'exemplaires !
http://www.antipodes.ch/histoire-moderne/107-erasme-et-le-pouvoir-de-limprimerie

Il existe une histoire vécue très intime entre les typographes et les universités.

- La typographie attribuée à Claude Garamont (1499-1561) (en fait dessinée par Jean Jannon en 1621) est nommée « caractère de l'université » par Richelieu.

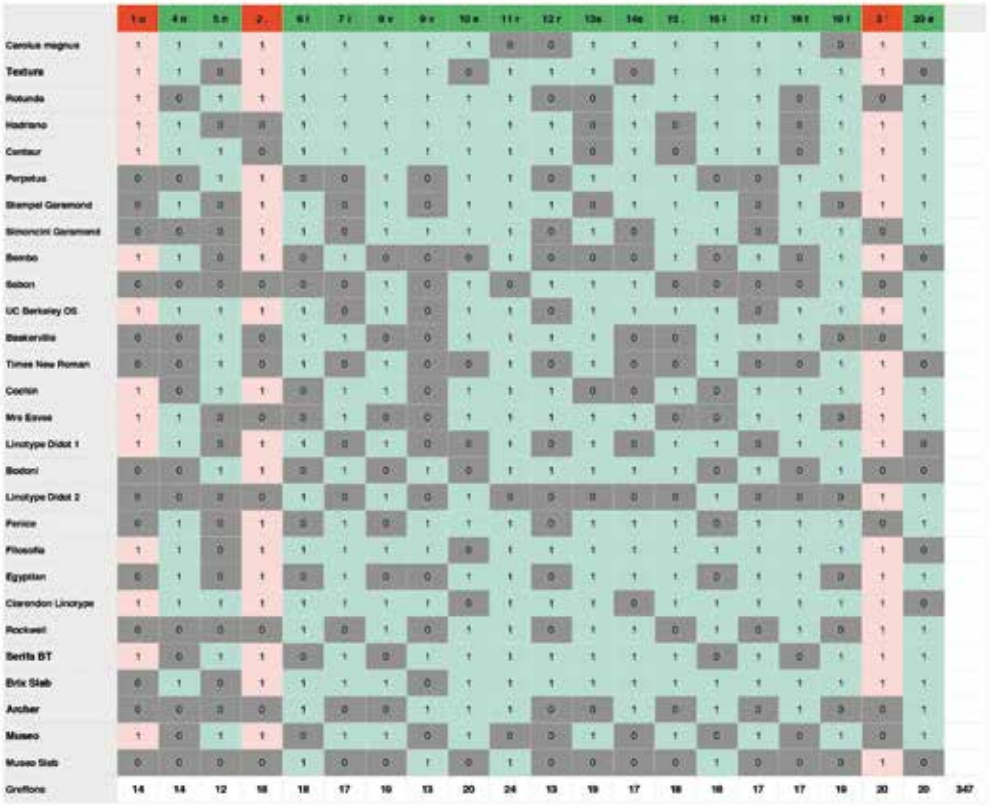
- Les Elzevier (Elzevir), illustre famille de typographes néerlandais, actifs durant tout le XVIIe siècle sont les imprimeurs jurés de l'université de Leyde. Ils ont notamment imprimé la toute première édition des Maximes de La Rochefoucauld ou l'édition originale des *Provinciales* de Pascal.

- John Baskerville (1705-1775) qui a dessiné et donné son nom à plusieurs caractères, était l'imprimeur de l'université de Cambridge.

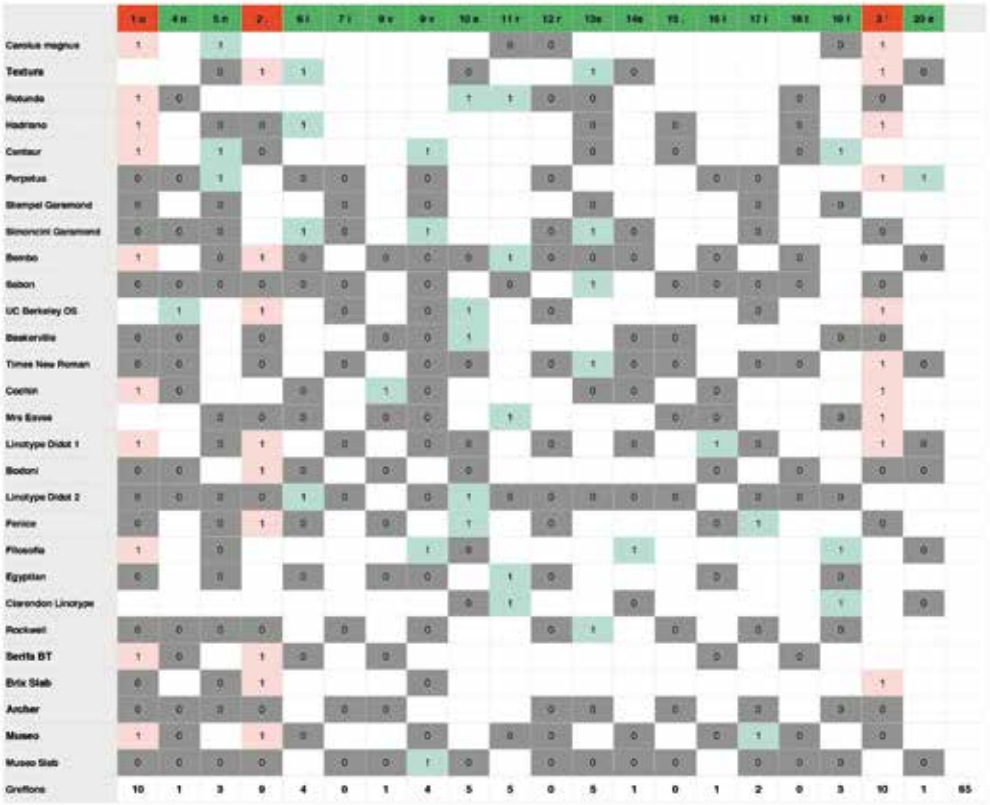
- Frédéric Goudy, célèbre typographe américain du XXe siècle a dessiné en 1938 la typographie University Old Style devenue en 1994 la UC Berkeley Old Style (revue par Richard Beatty).

- Avec l'informatique, d'autres spécialistes universitaires s'intéressent au domaine de la typographie, par exemple Donald Knuth, informaticien américain, un des pionniers de algorithmes, a créé des logiciels tels que TeX et Metafont.

## La collection de greffons



Sélection





## L'emplacements des greffons

Il existe 10 versions du logo mis à disposition pour les différents supports, au jour d'aujourd'hui.
La direction de communication a la possibilité de créer davantage de logo sur le principe expliqué ci-dessous.

Sur la base du mot *université* (seulement) peut être greffé
au minimum 5 greffons et au maximum 10 greffons,
sur 20 emplacements au choix,
en respectant les fondamentaux qui sont :

- (n°1) l'empattement supérieur gauche du *u*
- (n°2) le point du premier *i*
- (n°3) l'accent du dernier *e*

Il est important d'être attentif à l'équilibre général des emplacements, c'est-à-dire ne pas rassembler les greffons sur une partie du mot, ou ne privilégier que les emplacements supérieurs.

PRINCIPE

université + 1 + 2 + 3 + 5 + 6 + 9 + 10 + 11 + 16 + 19

6 + 9 + 11 + 13 + 18

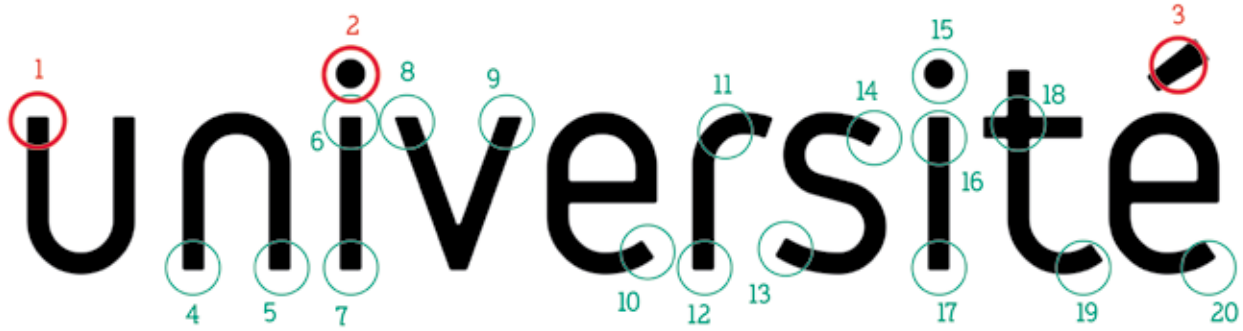
5 + 9 + 11 + 17

6 + 11 + 20

6 + 14

base + fondamentaux + optionnels / complémentaires

20 EMPLACEMENTS




ÉQUILIBRE DES CHOIX D'EMPLACEMENT (NON EXHAUSTIFS)



La direction de la communication étant garante de l'image de l'université de Bordeaux,
il importe que celle-ci valide les choix graphiques effectués.
Elle se tient à votre disposition pour vous aider à appliquer le style graphique mis en place
et vous remercie de l'attention que vous porterez au respect de cette charte.

Pour plus d'informations,
merci de bien vouloir contacter :

Direction de la communication
05 40 00 33 00
ou 05 40 00 34 87
communication@u-bordeaux.fr

Conception : Franck Tallon
assisté d'Emmanuelle March