

# Une nouvelle identité

L'Université d'Avignon  
et des Pays de Vaucluse  
devient

# Avignon Université



AVIGNON  
UNIVERSITÉ

# L'Université d'Avignon et des pays de Vaucluse devient Avignon Université

**SE DISTINGUER**

**INNOVER**

**AGIR**

**RAYONNER**

**ALLER AU-DELÀ DES POSSIBLES**

Engagée depuis l'an dernier dans une démarche de simplification, de modernisation et de cohérence de son identité visuelle, l'Université d'Avignon se renouvelle et devient Avignon Université.

Cette nouvelle appellation, plus lisible et plus accessible, affirme l'ancrage territorial de l'établissement, mais également sa volonté de se distinguer, de s'ouvrir à l'international.

Ce choix est donc celui d'une université dynamique et audacieuse, qui assume la transformation et qui agit au bénéfice de son territoire.

Acteur reconnu de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, Avignon Université s'est démarquée ces dernières années par son engagement sur la voie de la spécialisation, privilégiant deux axes identitaires, déterminants pour sa recherche et ses formations : *Agro&Sciences* et *Culture, Patrimoine et Sociétés numériques*.

Cette différenciation lui a d'ailleurs permis cette année d'être lauréate d'un appel à projet national « Nouveaux Coursus à l'Université », dans le cadre du PIA 3.

Avignon Université est donc aujourd'hui une université qui compte dans le paysage de l'enseignement supérieur et de la Recherche et un acteur clé du développement économique et de la réussite du territoire.

La campagne de communication déployée sur les campus et le territoire affirme cette dynamique et cette stratégie de distinction.



# Un nouveau nom en accord avec son temps

# Un nouveau nom en accord avec son temps



**Université  
d'Avignon**  
et des pays de Vaucluse



**Avignon  
Université**

L'appellation **Avignon Université** se présente comme une évolution vers plus de clarté et de simplicité, notamment au travers des usages sur les supports de communication et les outils digitaux.

**AVIGNON**  
**UNIVERSITÉ**

La tournure de cette appellation (nom de la ville suivie de la nature de l'établissement) se démarque des autres universités françaises. Elle se conforme au standard des grandes universités internationales à l'image de « Stanford University » ou « Harvard University ».



**HARVARD**  
UNIVERSITY



# Un nouveau nom en accord avec son temps



Ce nouveau nom est aussi une manière de capitaliser sur le nom de la ville d'Avignon qui jouit d'une réputation internationale grâce à son patrimoine et son rayonnement culturel.

**Le Palais  
des Papes**



**Le pont  
Saint Bénézet**



**La Cour d'honneur  
du Palais des Papes**





# **Un nouveau logo**

## **empreint des symboles du territoire**

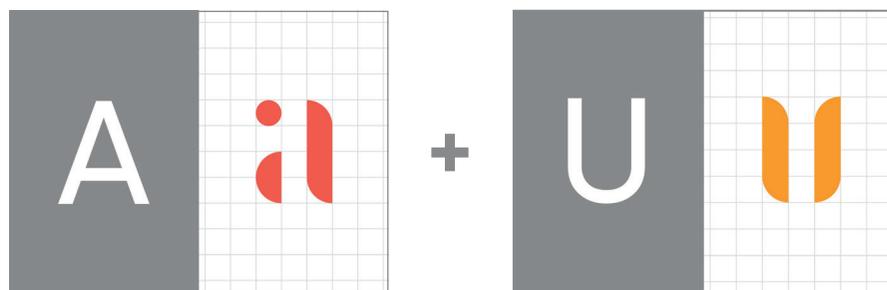
# Un nouveau logo empreint des symboles du territoire



AVIGNON  
UNIVERSITÉ



# Un nouveau logo empreint des symboles du territoire



Le logo est la rencontre du A et du U  
du nom de l'établissement :

**Avignon Université**

Cette rencontre crée un signe  
graphique unique, à la frontière entre  
typographie et formes géométriques  
abstraites.

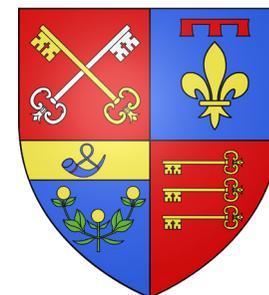


# Un nouveau logo empreint des symboles du territoire



Les couleurs ocres et rouges choisies reprennent les couleurs de la région, à l'image des différents blasons du Vaucluse et de la région SUD.

Le rouge, chaleureux et dynamique, est une couleur historique du blason de la Provence depuis le XII<sup>e</sup> siècle.



# Un nouveau logo empreint des symboles du territoire

L'ocre est lui aussi un symbole fort du territoire, de notoriété nationale grâce au sentier des ocres de Roussillon, « le colorado provençal ».

Le logo évoque la couleur de cette terre, marquant ainsi un peu plus son ancrage territorial. L'ocre est aussi un pigment naturel utilisé en peinture dont la nouvelle identité de l'Université s'empare comme symbole de son attachement au patrimoine et à la culture.



Le sentier des ocres  
de Roussillon

# Un nouveau logo empreint des symboles du territoire

Les formes géométriques qui constituent le logo sont quant à elles inspirées d'éléments architecturaux de la ville et de l'Université comme les ouvertures, les arches ou les portes.



Entrée de l'Université  
(Porte Limbert)



Les remparts  
d'Avignon



L'Opéra  
Grand Avignon



# Une campagne de communication déployée sur les campus et sur le territoire

# Une campagne déployée sur les campus



**SE DISTINGUER**  
**INNOVER**  
**AGIR**  
**RAYONNER**

**ALLER AU-DELÀ DES POSSIBLES**

Nous sommes un acteur reconnu de l'Enseignement supérieur  
et de la Recherche qui agit au bénéfice du territoire.

Nous nous distinguons par nos projets et avons l'audace  
de la transformation.

Nous ouvrons le champ des possibles.

Nous sommes **Avignon Université.**

[UNIV-AVIGNON.FR](http://UNIV-AVIGNON.FR)

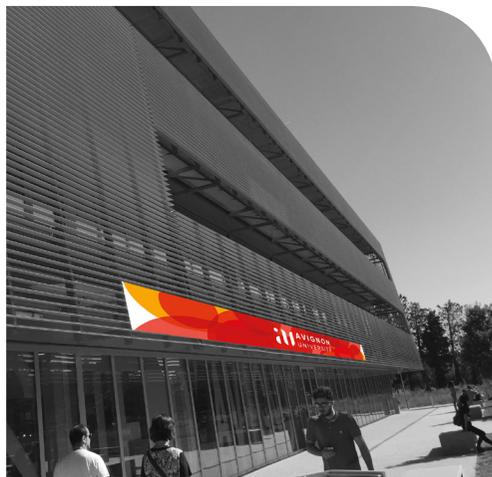


# Une campagne déployée sur les campus

La nouvelle identité d'Avignon Université se dévoile en premier lieu sur les 2 campus, Hannah Arendt et Jean-Henri Fabre.

Dès le 5 novembre, étudiants, personnels et enseignants-chercheurs pourront découvrir en exclusivité, cette nouvelle image qui habillera désormais les campus.

**Campus  
Jean-Henri Fabre**



**Campus  
Hannah Arendt**



# Une campagne déployée sur le territoire



L'Hôtel de ville  
d'Avignon

Au-delà du dévoilement de la nouvelle identité au sein de l'Université qui se manifeste par un habillage de ses deux campus, une campagne de communication est déployée plus largement sur le territoire en collaboration avec les institutions partenaires.

Ainsi, des espaces de communication ont été gracieusement mis à disposition par la Ville d'Avignon comme la façade de l'Hôtel de Ville et le tour des remparts.



La gare TGV, l'Aéroport d'Avignon et les bus TCRA du Grand Avignon accueillent eux aussi cette campagne permettant une visibilité de la nouvelle identité auprès d'un large public.

Le déploiement de cette campagne permet de donner une grande visibilité à la nouvelle identité de l'Université et traduit l'implication des partenaires dans la vie de notre institution.

The background features a series of overlapping, semi-transparent shapes in various shades of red and orange. A thin white line starts at the top left corner and curves downwards. The overall composition is abstract and modern.

UNIV-AVIGNON.FR