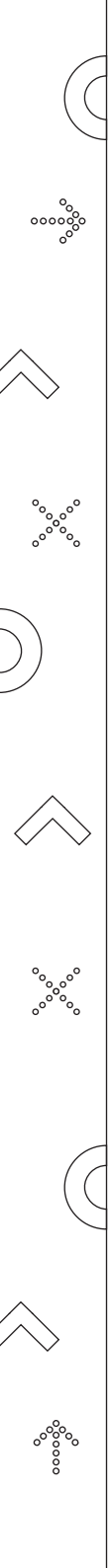


Avignon
Université
Charte
graphique

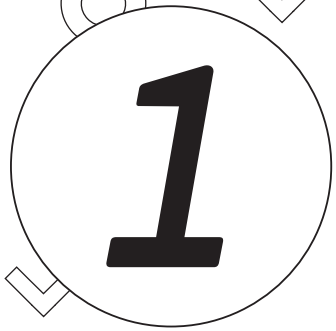
2024



L'application rigoureuse de la charte graphique permet d'exprimer l'identité de l'université et de communiquer efficacement d'une "seule voix" avec pour conséquence positive :

- Le développement d'une image cohérente et conforme aux valeurs portées par l'établissement
- La continuité et la maîtrise de cette image
- La reconnaissance immédiate de l'université par ses différents publics
- La facilité à créer et produire de nouveaux supports en interne mais aussi pour les partenaires le cas échéant

Portée collectivement, la marque Avignon Université permettra d'asseoir l'image de l'établissement et participera à son attractivité.



Logotype

- 4 Composition & signification
- 5 Zone de protection
- 5 Taille minimale
- 6 Proportions
- 6 Co-signature partenaires
- 7 Utilisation du logo selon la nature du fond
- 8 Interdictions

Logotype

Composition & signification

Le logotype d'Avignon Université est la rencontre harmonieuse du A et du U, qui sont les composantes du nom de l'établissement. Cette fusion crée un signe graphique unique qui se situe à la frontière entre typographie et formes géométriques abstraites.

Ce signe graphique unique tire son inspiration des éléments architecturaux emblématiques de la ville d'Avignon et de l'université. Il puise son inspiration dans les portes en voûte d'ogive des remparts, symbole de l'architecture avignonnaise et témoigne de l'héritage historique de l'institution.

En capturant ces éléments architecturaux distinctifs, le logotype exprime également l'ancrage de l'université dans son territoire. Il symbolise ainsi la relation étroite entre Avignon Université et la ville d'Avignon.

Aucun élément constitutif du logo ne peut être séparé, isolé ou modifié. 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 d'Avignon Université.

Version
horizontale



Version
verticale



Logotype

Zone de protection

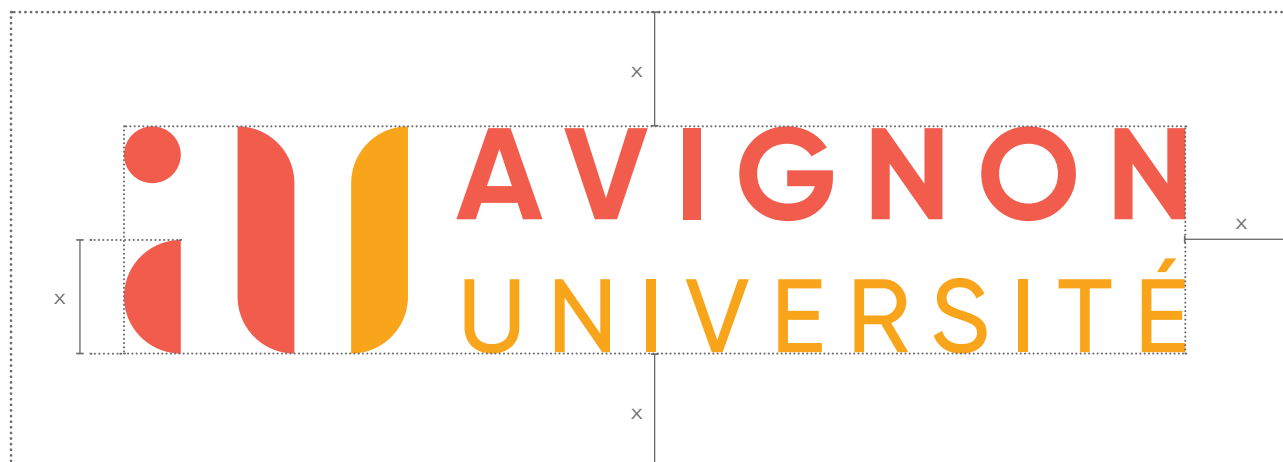
Pour garantir sa lisibilité, une zone de protection ou espace de respiration a été défini autour du logotype. Cette zone se calcule en reportant la largeur du demi-cercle ocre rouge sur les contours du logo. On obtient ainsi un cadre imaginaire qui délimite la zone de protection minimale obligatoire.

↻ Aucun élément graphique ou textuel ne doit figurer à l'intérieur de cet espace.

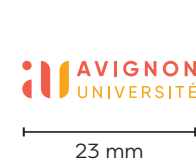
Taille minimale

Une taille minimale a été arrêtée, en deçà de laquelle la lisibilité du logotype serait altérée. La longueur du logotype horizontal ne doit pas être inférieure à 23 mm et 9 mm de largeur pour le logotype vertical.

↻ En dessous de ces dimensions, la lecture n'est plus optimale.




TAILLES MINIMALES
D'IMPRESSION



Logotype


Proportions

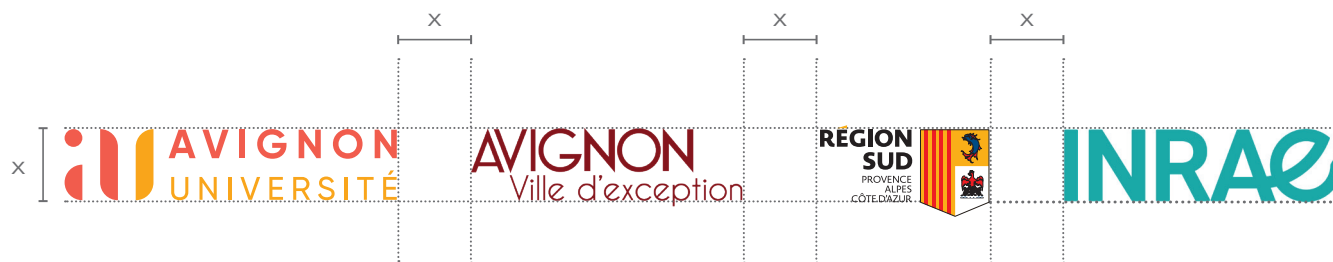
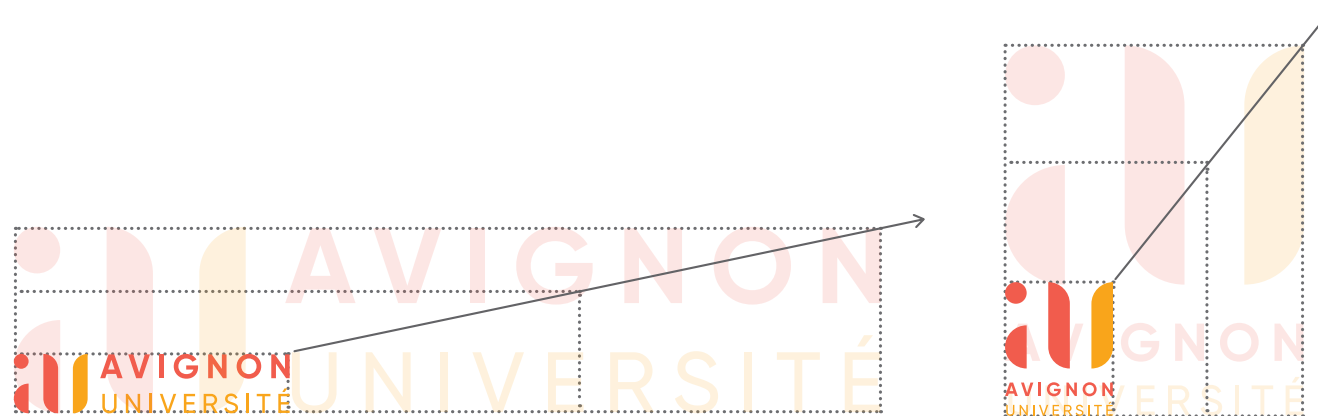
Les proportions du logotype sont définies une fois pour toutes. Lors de l'ajustement du logotype, il faut veiller à ce que le rapport entre la largeur et la hauteur soit toujours maintenu de manière homothétique.

 Pas d'étirement, pas de modification du rapport hauteur-largeur.

Co-signature partenaires

Certains supports peuvent parfois concerner plusieurs entités. Afin de savoir quelle place donner à chaque logo, il convient d'identifier le statut de chacun et de veiller à ce que la lisibilité soit égale. Le logotype d'Avignon Université détermine le calibrage et l'alignement des logos partenaires les uns par rapport aux autres. Pour une meilleure lisibilité, une zone de positionnement entre chaque logo doit être respectée.

 La version horizontale du logotype est à privilégier.



La taille des logos partenaires est calibrée par rapport à la hauteur du logo Avignon Université.


Logotype


Utilisation du logo selon la nature du fond

Le logo est déclinable en trois versions sous différents formats selon l'usage :

- en couleur
- en blanc (réserve)
- en noir

L'utilisation et l'application de ces différentes versions, en fonction de la nature du fond, sont essentielles à la bonne lisibilité du logotype et déterminantes sur l'impact visuel de la marque.

 Le pack logo complet est disponible [sur ce lien](#) ou en vous connectant sur votre espace e-doc [Direction de la communication](#).

 Les versions couleur et blanc du logotype sont toujours à privilégier. Ces exemples s'appliquent également sur le logotype horizontal.



De façon générale, le logo se décline en couleur sur fond blanc.



Le logo en couleur se décline sur un fond coloré très clair (densité inférieure à 10%).



Le logo en couleur se décline sur une image très claire.



De façon générale, le logo se décline en blanc lorsqu'il est placé sur un fond coloré foncé.



Le logo se décline en blanc lorsqu'il est placé sur un fond coloré moyen.



Le logo se décline en blanc lorsqu'il est placé sur une image foncée.

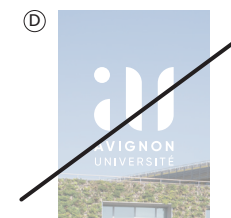


L'utilisation du logo en noir s'applique par défaut lorsque ni la couleur ni le blanc ne sont possibles. Il se décline sur les supports qui ne permettent pas une reproduction couleur.

Le logo en noir se décline sur un aplat coloré clair ou moyen (densité supérieure à 10%).

Les exemples ci-dessous illustrent ce qu'il faut éviter de faire.

- Ⓐ Logo en couleur sur un fond coloré de densité moyenne.
- Ⓑ Logo en couleur sur une image complexe.
- Ⓒ Logo en blanc sur un fond coloré très clair.
- Ⓓ Logo en blanc sur une image très claire.




Logotype

Interdictions

La reproduction du logotype doit être conforme au modèle original. Il n'y a pas de possibilité de « création artistique » liée à l'image elle-même. Les ajouts de couleurs, l'utilisation de dégradés, l'utilisation partielle d'un élément, la modification des positions, des typographies et les déformations sont exclues.

Conserver le logotype tel que fourni permet de garder une unité graphique globale à l'échelle de l'établissement, quelle que soit la source d'émission du document.

 Les interdits s'appliquent également sur le logotype vertical.

PAS DE DÉFORMATION
PAS DE MODIFICATION
DES PROPORTIONS
PAS DE ROTATION

PAS DE MODIFICATION
DE COULEURS
PAS DE TRAITEMENT
EN « OUTLIGNE »
PAS D'APPLICATION D'EFFETS

PAS D'UTILISATION
PARTIELLE D'ÉLÉMENT
PAS D'AJOUT DE TEXTE

PAS DE CADRE
PAS DE CARTOUCHE
PAS DE FOND COLORÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ



 AVIGNON UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ



 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ
SERVICE QUELCONQUE

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 SERVICE
QUELCONQUE

 AVIGNON
UNIVERSITÉ

 AVIGNON
UNIVERSITÉ



Univers graphique

10 Couleurs principales

11 Typographies

Univers graphique

Couleurs principales

L'ocre rouge et l'ocre jaune du logotype d'Avignon Université, font référence aux couleurs des terres de la Région Sud. Symboles emblématiques du territoire, les ocres sont connues à l'échelle nationale grâce au sentier des ocres de Roussillon, appelé *Le Colorado provençal*.

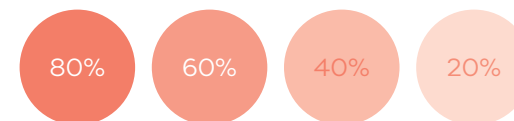
L'ocre rouge, chaleureux et dynamique, est une couleur historique du blason de la Provence depuis le XII^e siècle.

L'ocre jaune, quant à lui, est 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.

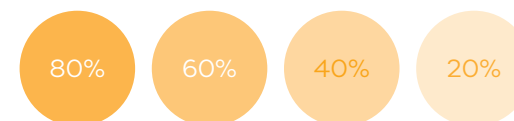
 Afin de préserver l'identité graphique, il est important d'appliquer les références des codes couleurs.



Pantone	Warm red
CMJN	0, 79, 70, 0
RVB	234, 83, 69
Hexadécimal	#ea5345



Pantone	137 C
CMJN	0, 40, 100, 0
RVB	247, 166, 0
Hexadécimal	#f7a600



Univers graphique

Typographies

Afin d'harmoniser l'ensemble des supports de communication, deux typographies ont été choisies pour rythmer et optimiser la lecture des documents.

Filson Pro — sous licence

Créée en 2013 par le studio français Mostardesign, la *Filson Pro* est une police sans-serif qui se distingue par son design élégant et sa grande lisibilité. Elle offre ainsi une apparence moderne et amicale tout en conservant une certaine sobriété.

Hatch — sous licence

Créée en 2017 par le studio californien PPRWRK, la *Hatch* est une police sérif contemporaine. Dotée d'un design dynamique, elle se caractérise par ses contours arrondis et son contraste subtil. La *Hatch* se révèle à la fois audacieuse, raffinée et engageante.

 Ces polices sont disponibles sur www.fonts.adobe.com

TYPOGRAPHIE DE TEXTE

Pour les textes, on utilise la typographie *Filson Pro*.
Pour les personnes ne disposant pas de cette police, nous préconisons la police *Tahoma*.

FILSON PRO

Aa1 Aa1 Aa1 Aa1 Aa1
Aa1 Aa1 Aa1 Aa1 Aa1

Vid quodica boreium dolorupta voluptatiis moluptas dolupiet, offic tota pori omnihitatem atem quatias dolessimus, qui commimusam que eium volupta testrum susam, id et vellanis enisimpor aut porrumqui id magnim

resendam archil illacim sit ut hitaqui dendige ndelibus doluptat ut quia corerfe rumquis derit estrumquas etur reperio ssincto cus eatem volore, inctemque ature volupta net que natestruptas eos erruptaque volorro.

Dans un wagon bleu, tout en mangeant cinq kiwis frais, vous jouez du xylophone !

TYPOGRAPHIE DE TITRAGES

Hatch est essentiellement utilisée dans sa version italique pour les titres et sous-titres.

Hatch

Aa1 Aa1 Aa1
Aa1 Aa1 Aa1

Vid quodica boreium dolorupta voluptatiis moluptas dolupiet, offic tota pori omnihitatem atem quatias dolessimus, qui commimusam que eium volupta testrum susam, id et vellanis enisimpor aut porrumqui id magnim

resendam archil illacim sit ut hitaqui dendige ndelibus doluptat ut quia corerfe rumquis derit estrumquas etur reperio ssincto cus eatem volore, inctemque ature volupta net que natestruptas eos erruptaque volorro.

Dans un wagon bleu, tout en mangeant cinq kiwis frais, vous jouez du xylophone !

TYPOGRAPHIE DE SUBSTITUTION

Pour la rédaction des courriers et autres documents administratifs qui ne sont pas conçus par la Maison de la communication, une police de caractère, *Tahoma*, présente sur tous les ordinateurs, a été choisie en remplacement. Elle se décline en regular, bold et leur équivalent italique.

Tahoma

Aa1 Aa1
Aa1 Aa1

Vid quodica boreium dolorupta voluptatiis moluptas dolupiet, offic tota pori omnihitatem atem quatias dolessimus, qui commimusam que eium volupta testrum susam, id et vellanis enisimpor aut porrumqui id magnim resendam archil illacim

sit ut hitaqui dendige ndelibus doluptat ut quia corerfe rumquis derit estrumquas etur reperio ssincto cus eatem volore, inctemque ature volupta net que natestruptas eos erruptaque volorro.