

GUIDE BRANDING



GRENOBLE

Document de référence pour l'application de l'identité visuelle
du BUT MMI Grenoble. À usage interne et externe



SOMMAIRE

 **4** LA DEMANDE

 **8** RECHERCHES ET
DÉMARCHE CRÉATIVE

 **14** CHARTE GRAPHIQUE

 **22** COULEURS

 **24** DÉCLINAISONS PRINT

 **26** DÉCLINAISONS WEB

 **32** TYPOGRAPHIES

LA DEMANDE

01

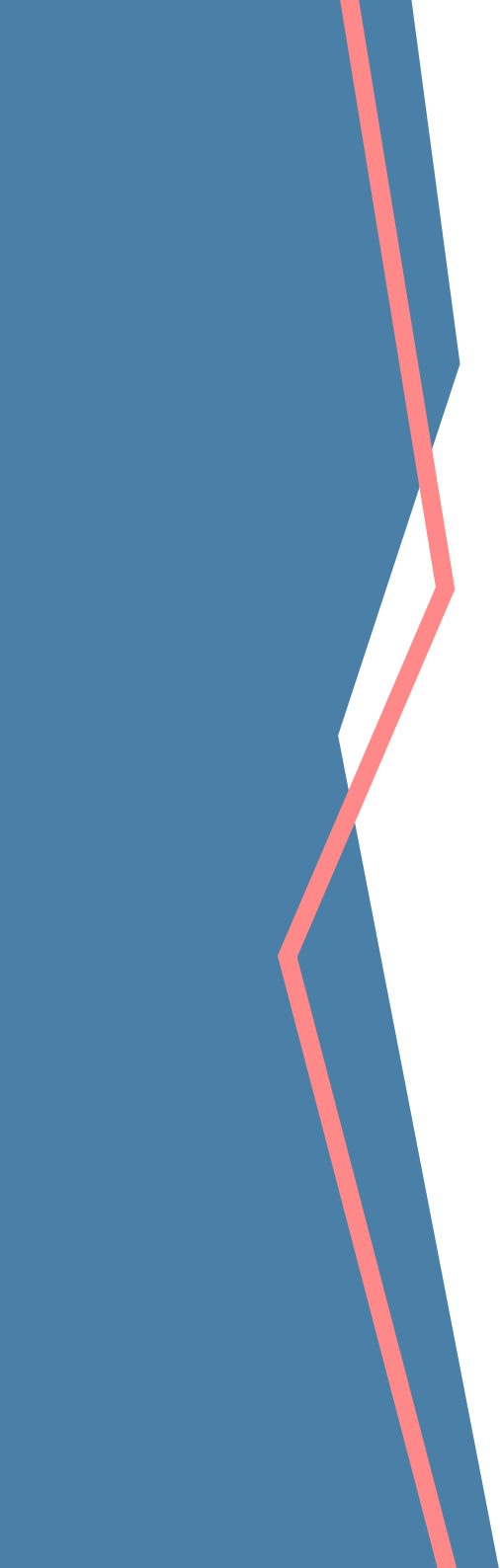
An abstract graphic featuring two lines: a jagged blue line and a smooth red line, both trending upwards from left to right. The background is split diagonally from the bottom-left to the top-right, with a light pink upper half and a white lower half. The text 'LA DEMANDE' is in the top left, and '01' is in the bottom right.

TEXTE DE PRÉSENTATION

Ce guide de branding retrace l'ensemble du processus de refonte de l'identité visuelle de MMI Grenoble. De la phase de recherche aux choix graphiques finaux, il présente les réflexions, expérimentations et décisions qui ont façonné cette nouvelle identité.

Pensée comme le reflet de l'esprit MMI, cette refonte vise à traduire les valeurs de la formation à travers une image forte, moderne et distinctive. Les éléments présentés dans ce document constituent les fondations d'un univers visuel cohérent, conçu pour s'adapter à l'ensemble des supports de communication tout en assurant une reconnaissance immédiate de l'établissement.





LA DEMANDE

Cette refonte a été réalisée afin de doter MMI Grenoble d'une identité visuelle complète, cohérente et durable pour accompagner l'évolution de sa communication.

L'objectif était de moderniser son image, renforcer sa visibilité au sein du réseau MMI et mettre en avant la dimension créative de la formation. Cette nouvelle identité a été pensée comme un système graphique capable d'assurer une reconnaissance claire et cohérente sur l'ensemble des supports de communication.

LES PUBLICS CIBLES

Cette identité s'adresse à la fois aux étudiants, futurs étudiants et équipes pédagogiques, ainsi qu'aux partenaires professionnels et institutionnels.

L'enjeu était de concevoir une identité capable d'allier créativité et professionnalisme afin de répondre aux attentes de ces différents publics.

VALEURS ET CONTRAINTES DU PROJET

Le projet s'est construit autour de cinq valeurs principales : créativité, singularité, pédagogie, professionnalisme et pérennité.

Ces valeurs ont guidé l'ensemble des choix graphiques afin de créer une identité forte, cohérente et facilement utilisable sur tous les supports de communication.



RECHERCHES ET DÉMARCHE CRÉATIVE



2022

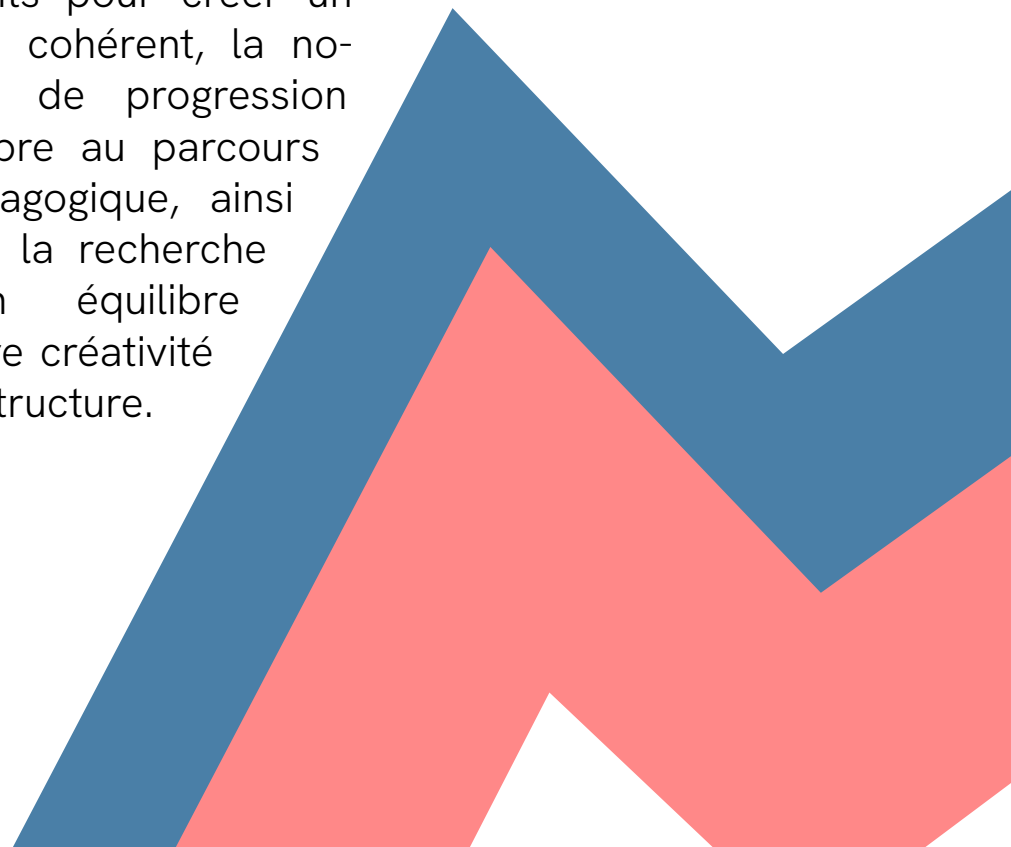
RÉFLEXIONS ET MOTS CLÉS

Notre démarche a débuté par une phase de réflexion autour des valeurs attendues pour cette nouvelle identité : créativité, pédagogie et professionnalisme. L'objectif était d'identifier les notions qui représentaient le mieux MMI Grenoble et de définir les bases de notre future direction graphique.

À partir de ces valeurs, plusieurs mots-clés se sont dégagés. Pour la créativité, nous avons notamment retenu les notions d'assemblage, de multiplicité, de mouvement et de lien. Pour la pédagogie, les idées de chemin, d'accompagnement et de partage se sont imposées. Enfin, le professionnalisme s'est traduit par des notions de structure, de précision et de rigueur.

Au-delà des mots eux-mêmes, cette phase nous a permis de dégager plusieurs principes de conception qui ont guidé l'ensemble du projet : l'idée d'assembler différents éléments pour créer un tout cohérent, la notion de progression propre au parcours pédagogique, ainsi que la recherche d'un équilibre entre créativité et structure.

Ces réflexions ont constitué le point de départ de notre démarche créative et ont orienté les recherches visuelles réalisées par la suite.

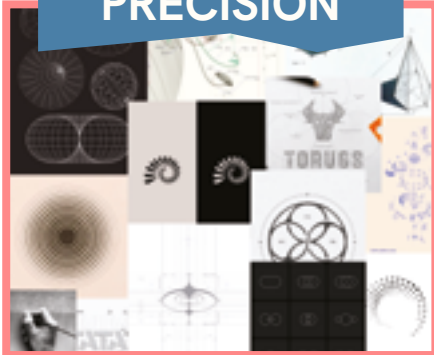


MOODBOARD EN FONCTION DES MOTS

À partir de ces mots-clés, nous avons réalisé plusieurs moodboards afin d'explorer différentes directions graphiques. Cette étape nous a permis de traduire nos réflexions en références visuelles et d'identifier les formes, compositions et univers les plus cohérents avec les objectifs du projet.

Ces recherches ont servi de base aux premières expérimentations graphiques et à la construction des pistes de logo.

PRÉCISION



ASSEMBLAGE



CROQUIS



LIEN



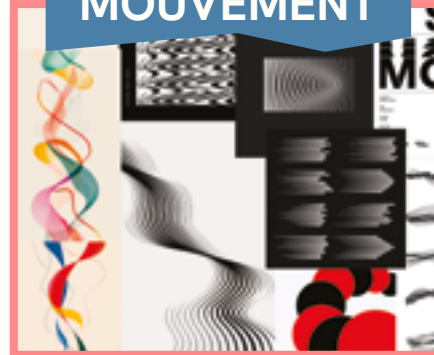
MINIMALISTE



ALIGNEMENT



MOUVEMENT



MULTIPLICITÉ



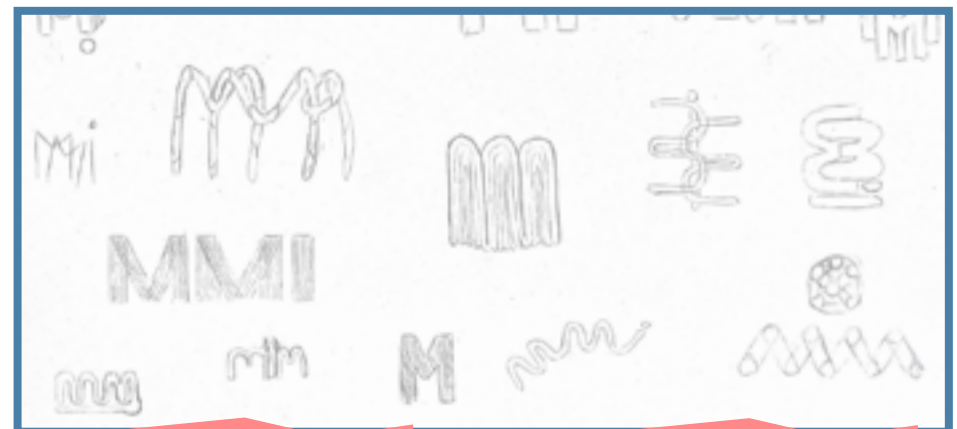
PLANCHE DE CROQUIS

Après la phase de recherche visuelle, nous avons exploré plusieurs pistes de logo à travers des planches de croquis afin de tester différentes compositions en lien avec les valeurs du projet.

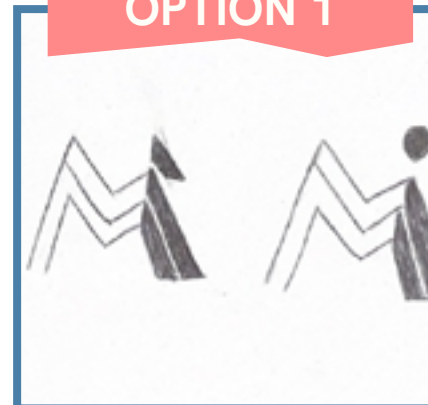
Deux directions principales se sont rapidement dégagées : une approche plus abstraite et symbolique visant à créer un signe fort représentant MMI dans son ensemble, et une approche plus typographique basée sur les lettres MMI, enrichies par des notions d'assemblage, de lien et de singularité.

Ces explorations ont permis de faire émerger des propositions variées, allant de formes organiques et expressives à des compositions plus structurées et géométriques. Cette diversité nous a aidés à affiner progressivement notre intention graphique et à mieux définir les pistes les plus pertinentes.

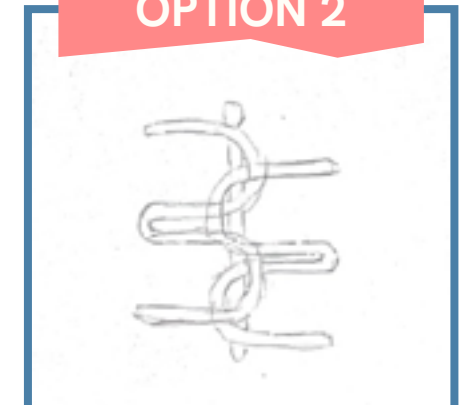
À l'issue de cette phase, deux propositions ont été retenues et développées en vectorisation afin de les confronter à des contraintes plus concrètes de lisibilité et d'adaptabilité.



OPTION 1



OPTION 2



La phase de vectorisation nous a permis de développer concrètement les deux pistes retenues en produisant plusieurs déclinaisons. L'objectif était d'affiner les propositions en travaillant leur lisibilité, leur cohérence et leur adaptabilité sur différents supports.

Le principal enjeu était de trouver un équilibre entre créativité, professionnalisme et pédagogie, tout en garantissant une identité claire et durable. La lisibilité du logo a également guidé nos choix tout au long du processus.

Au fil des essais, la piste basée sur les lettres MMI s'est imposée comme la plus pertinente, car plus lisible et mieux adaptée aux usages du département. Des éléments issus de la première piste ont toutefois été conservés afin de maintenir une dimension créative et pédagogique avec notamment la notion de direction.

Le logo final résulte ainsi d'un équilibre entre structure, lisibilité, pédagogie et créativité.

ÉVOLUTION DU LOGO VECTORIEL





GRENOBLE
BUT MMI

ire s.fr enable
🎓 ✉️

CHARTE GRAPHIQUE



03

LOGO FINAL

Le logo final est construit autour des trois lettres MMI, pensées comme un ensemble cohérent qui reflète les valeurs de la formation.

Le premier M adopte une forme droite et ascendante pour évoquer la notion de trajectoire, d'évolution et de projection vers l'avenir, en lien avec le parcours étudiant.



Le second M, plus compact, suit cette dynamique et représente davantage la dimension pédagogique et collective, en lien avec l'idée de progression partagée.

Enfin, le I vient s'intégrer dans la construction des M et traduit la notion de lien et d'assemblage entre les éléments. Son point, sous forme circulaire, apporte une touche plus libre et créative, qui fait écho à la diversité et à la multiplicité des profils au sein de MMI.

L'ensemble forme un logo lisible, structuré et identifiable, qui combine créativité, pédagogie et professionnalisme.



DÉCOMPOSITION



Cette décomposition permet de visualiser plus clairement les principes d'assemblage et la logique entre les lettres.

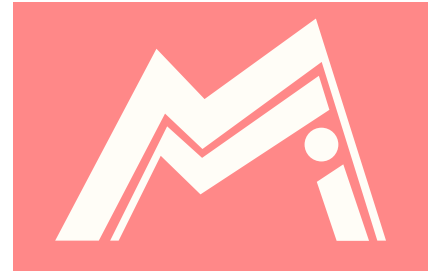
Le logo peut être décomposé en trois éléments (M, M et I) afin de mieux comprendre sa construction.

FONDS

Le logo a été décliné sur plusieurs fonds afin de vérifier sa lisibilité dans différents contextes d'utilisation.

Nous avons principalement travaillé sur des versions en blanc, bleu et rose, en jouant sur les contrastes entre le logo et le fond. L'objectif était de garantir une bonne visibilité du logo, peu importe le support (print ou digital), tout en gardant une cohérence avec l'univers graphique défini pour MMI Grenoble.

Selon les cas, le logo peut donc apparaître en blanc sur fond coloré, ou en bleu/rose sur fond clair. Ces combinaisons permettent de s'adapter à différents usages tout en gardant une identité reconnaissable et homogène.



DÉCLINAISONS



Le logo peut être accompagné de la mention Métiers du Multimédia et de l'Internet, intégrée directement dans la construction du logotype.

Cette version a été pensée pour ne pas être simplement ajoutée en dessous, mais pour s'inscrire dans la continuité du mouvement du logo. Le texte suit une logique d'alignement avec le premier M, ce qui crée un effet de trajectoire et renforce l'idée de progression et d'accompagnement.

Cette disposition permet aussi de dynamiser l'ensemble, en évitant un placement trop statique et rendre l'ensemble plus dynamique, et en gardant une cohérence avec l'esprit global du projet.

Selon les supports, cette déclinaison peut être utilisée comme version longue du logo, notamment quand il est nécessaire de rappeler clairement l'intitulé complet de la formation.

450mm - 1700px X



30mm - 120px ✓

300mm - 1134px X



15mm - 60px ✓

TAILLE MAXIMALE/MINIMALE

Le logo doit toujours rester lisible, donc il ne doit pas être utilisé trop petit.

ZONE DE PROTECTION

Une zone de sécurité doit être respectée autour du logo pour éviter qu'il soit trop proche d'autres éléments.

Le logo doit toujours rester lisible, donc il ne doit pas être utilisé trop petit.





RÈGLES D'USAGE

Utiliser les versions officielles du logo

Respecter les proportions d'origine

S'assurer d'un bon contraste avec le fond

S'il y a déjà un titre au milieu il faut placer le logo dans un coin

DON'T

Déformer le logo

Changer les couleurs en dehors de la palette

Ajouter des effets (ombres, contours, etc.)



COULEURS



04

The image features a minimalist design with a light cream background. A large, solid red shape, resembling a stylized mountain or a large letter 'A', dominates the lower half. Overlaid on this are several blue lines: a jagged line forming a series of peaks and valleys, and a straight line that starts from the bottom left and extends towards the top right. The word 'COULEURS' is written in a bold, red, sans-serif font at the top. In the bottom right corner, the numbers '04' are displayed in a large, bold, blue font.

COULEURS PRINCIPALES

La palette est composée de trois couleurs principales, choisies pour représenter les différentes dimensions de MMI tout en conservant une identité cohérente et facilement déclinable sur tous les supports.

Le bleu est la couleur dominante. Plus doux qu'un bleu institutionnel classique, il évoque le professionnalisme, la confiance et la stabilité sans paraître trop rigide. Ce choix permet de transmettre une image sérieuse tout en restant accessible et apaisante. Il fait également référence au parcours développement web.

Le saumon apporte une dimension plus créative et dynamique à l'identité. Plus chaleureux, il évoque la diversité des profils, l'innovation et l'ouverture, tout en conservant une certaine douceur visuelle. Cette couleur est associée au parcours création numérique.

Le blanc crème agit comme une couleur d'équilibre. Il permet d'aérer les compositions, d'améliorer la lisibilité et d'adoucir les contrastes. Il fait écho au parcours communication, à travers les notions de clarté, de transmission et d'accessibilité de l'information.

L'association de ces trois couleurs permet ainsi de représenter les trois parcours de la formation tout en traduisant les valeurs principales du projet : professionnalisme, créativité et pédagogie.

R : 255
V : 253
B : 247

R : 255
V : 253
B : 245

R : 255
V : 136
B : 136

C : 73,69
M : 41,15
J : 18,94
N : 4,03

C : 0,05
M : 0,41
J : 5,18
N : 0

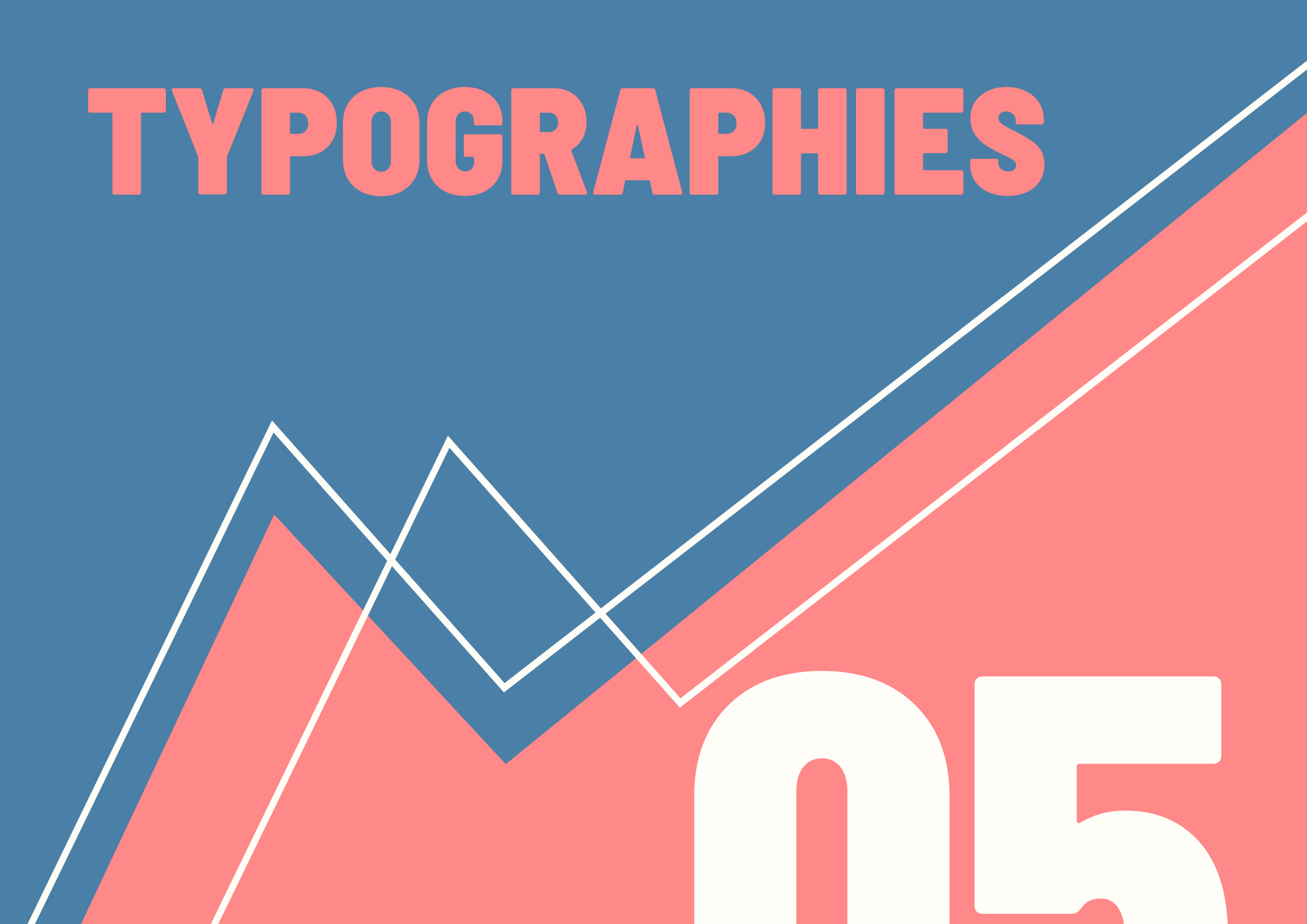
C : 0
M : 59,4
J : 35,53
N : 0

#4a7fa7

#ffdf5

#ff8888

TYPOGRAPHIES

The background features a series of overlapping triangles in shades of blue and red. White lines form a jagged, mountain-like silhouette across the middle of the image, with some lines extending diagonally from the bottom left towards the top right.

05

Dans la continuité du logo, nous avons choisi des typographies sans empattement afin de conserver une cohérence visuelle avec son aspect structuré et géométrique.

La typographie principale est Hanken Grotesk. Claire, moderne et facilement lisible, elle accompagne le logo sans lui faire concurrence. Utilisée dans différentes graisses, elle permet de créer une hiérarchie visuelle efficace sur l'ensemble des supports. Son dessin légèrement plus doux équilibre également le caractère compact et anguleux du logo.

L'utilisation des majuscules sur certains éléments renforce les notions de structure, de continuité et de trajectoire déjà présentes dans l'identité.

Hanken Grotesk
AaBbCc

The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog

ABCD

Barlow Semi Condensed

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

Pour les grands titres et certains supports de communication, nous avons associé Barlow Semi Condensed ExtraBold à Hanken Grotesk. Plus imposante et impactante, elle attire rapidement l'attention tout en restant cohérente avec l'univers graphique du projet. Ses formes légèrement plus arrondies apportent davantage de dynamisme et permettent d'adoucir la rigueur des lignes du logo.

L'association de ces deux typographies permet ainsi de trouver un équilibre entre lisibilité, impact visuel et cohérence graphique, tout en reflétant les valeurs de professionnalisme et de créativité portées par l'identité.

CHOIX TYPOGRAPHIQUES

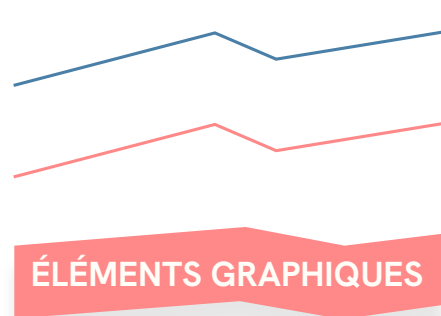
**DÉCLINAISONS
PRINT**

An abstract graphic design featuring a solid pink background. In the upper left, the text 'DÉCLINAISONS PRINT' is written in a bold, white, sans-serif font. Below the text, there are several geometric elements: a thick pink line forming a jagged, mountain-like shape; a thin blue line that follows a similar jagged path but is offset from the pink one; and a thin white line that runs diagonally from the bottom left towards the top right. In the bottom right corner, the letters '06' are displayed in a large, bold, blue, sans-serif font.

06



ÉLÉMENTS GRAPHIQUES



ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les éléments graphiques print ont été développés à partir des formes du logo afin de prolonger son univers visuel sur l'ensemble des supports.

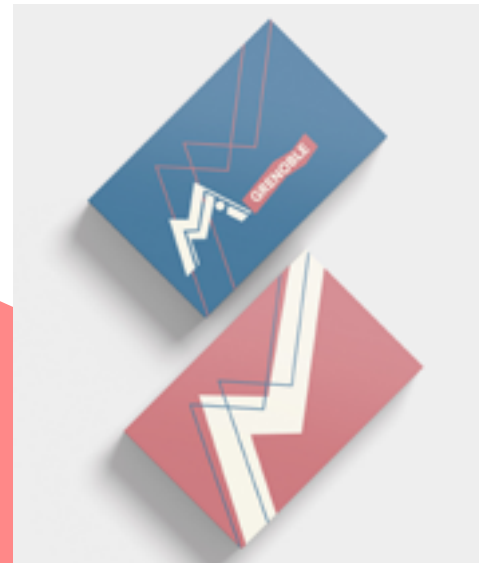
Le grand M peut être utilisé seul ou sous forme de motif afin de rappeler les notions de trajectoire, de progression et de mouvement présentes dans l'identité. Les éléments en zigzag, inspirés des lignes du logo, permettent quant à eux de mettre en valeur les titres et les informations importantes tout en structurant les compositions. Leur hauteur peut être adaptée selon le contenu et ils peuvent être déclinés dans les trois couleurs principales de la palette.

Une version simplifiée de ces zigzags est utilisée sous forme de lignes afin de séparer certains contenus, notamment les blocs de texte et les photographies. Elles apportent du rythme aux compositions tout en évoquant l'idée d'ascension et de progression.

Lorsqu'une photographie est utilisée, un voile bleu en dégradé est appliqué avec une opacité à 90 % et incliné à 90°, ce qui permet d'unifier les visuels et de renforcer la cohérence de l'identité. Les titres intégrés dans les zigzags sont accompagnés d'une ombre portée à 10% d'opacité et inclinée à 90°, afin d'améliorer leur lisibilité tout en restant discrète sur les supports imprimés.

CARTES DE VISITES

Les cartes de visite adoptent une approche plus sobre et institutionnelle. Bien qu'elles reprennent les principaux codes de l'identité visuelle, leur composition a été simplifiée afin de répondre à un usage plus professionnel auprès des entreprises et partenaires.



AFFICHES/ FLYER

Les affiches et flyers reprennent les principaux codes visuels de l'identité tout en privilégiant une lecture rapide et une hiérarchisation claire de l'information.

Ils créent des compositions dynamiques et facilement identifiables.





La brochure met en avant la capacité du système graphique à s'adapter à des contenus plus denses tout en conservant lisibilité et cohérence visuelle.

BROCHURE

MERCHANDISING

Les déclinaisons sur merchandising démontrent la simplicité d'application du logo et sa capacité à rester identifiable sur différents supports textiles et objets promotionnels.



**DÉCLINAISONS
WEB**

07

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES WEB

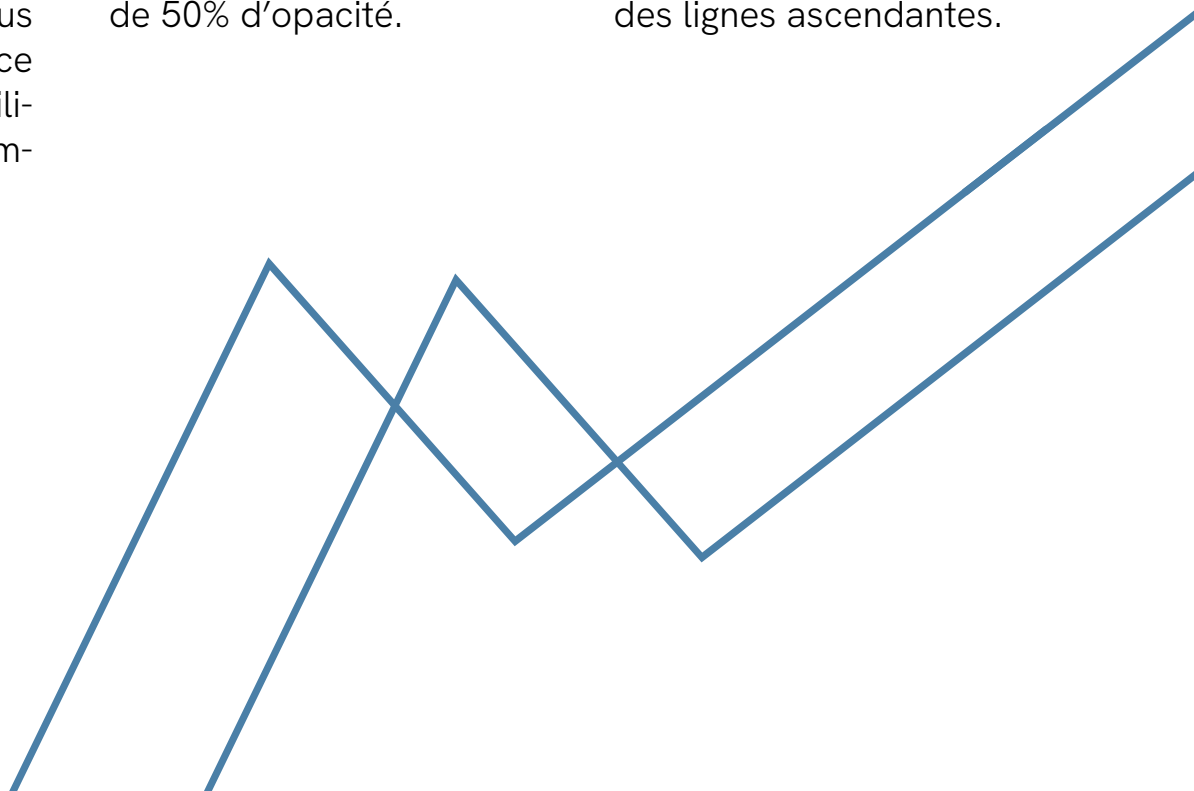
Les supports digitaux reprennent les mêmes codes visuels que les supports print afin de garantir une identité cohérente sur l'ensemble des canaux de communication.

Les éléments en zigzag sont utilisés pour mettre en avant les titres et les informations clés, tandis que les lignes dérivées de cette forme permettent de structurer les contenus et de séparer certains éléments visuels, notamment les photographies et les textes.

Le M accompagné de ses deux trames graphiques est utilisé exclusivement sur les supports web. Placé dans l'angle inférieur droit de la composition, il agit comme un rappel de l'identité visuelle tout en apportant davantage de dynamisme aux publications, stories et contenus digitaux. Lorsque l'espace est limité, il peut être utilisé à la place du logo complet.

Ici, les photographies sont aussi recouvertes d'un voile de notre couleur bleu en dégradé afin de faciliter la lecture des contenus. Les titres mis en valeur dans les éléments zigzag bénéficient également d'une ombre portée qui cette fois a une valeur de 50% d'opacité.

Une adaptation spécifique a également été développée pour les bannières LinkedIn. Plus institutionnelle dans sa composition, elle reprend les codes graphiques de l'identité tout en mettant davantage en avant la notion de trajectoire à travers l'utilisation des lignes ascendantes.



ADAPTABILITÉ DU SYSTÈME GRAPHIQUE

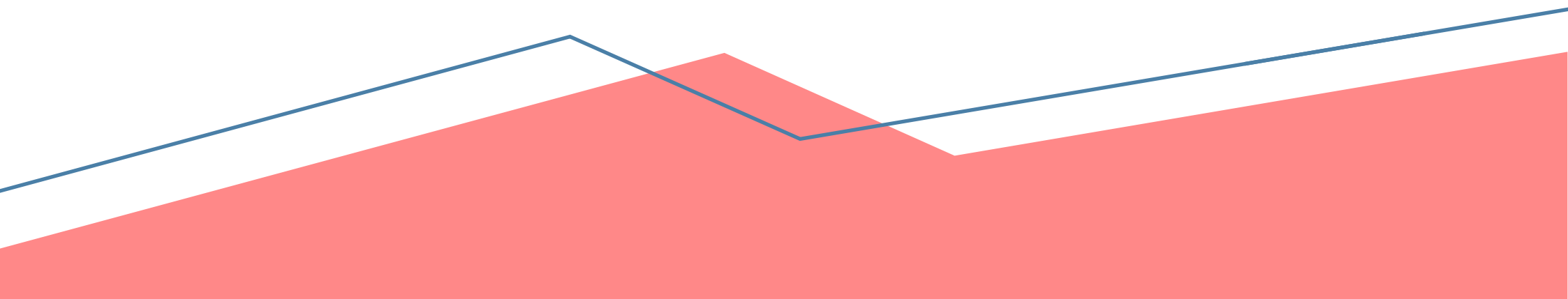
L'identité visuelle a été pensée comme un système flexible, capable de s'adapter aux différents contextes de communication du département.

Selon le public visé et le support utilisé, les éléments graphiques peuvent être utilisés de manière plus ou moins expressive. Pour une communication institutionnelle ou destinée à des partenaires professionnels, il est recommandé de privilégier des compositions plus sobres, avec l'utilisation du M plein, de couleurs unies et d'une mise en page épurée. Les éléments graphiques restent présents mais de façon plus discrète afin de renforcer l'aspect professionnel de l'identité.

À l'inverse, pour des communications destinées aux étudiants ou à des contenus plus événementiels, les éléments graphiques peuvent être davantage exploités. Les zigzags, les trames et les jeux de composition permettent alors d'apporter plus de dynamisme et de mettre en avant le caractère créatif de la formation.

Sur les photographies, un simple élément zigzag peut également être utilisé comme repère visuel ou élément de présentation afin de renforcer l'identité sans surcharger la composition.

Cette flexibilité permet de conserver une cohérence visuelle tout en adaptant le niveau d'expression graphique au message et au public concerné.



BANNIÈRE LINKEDIN

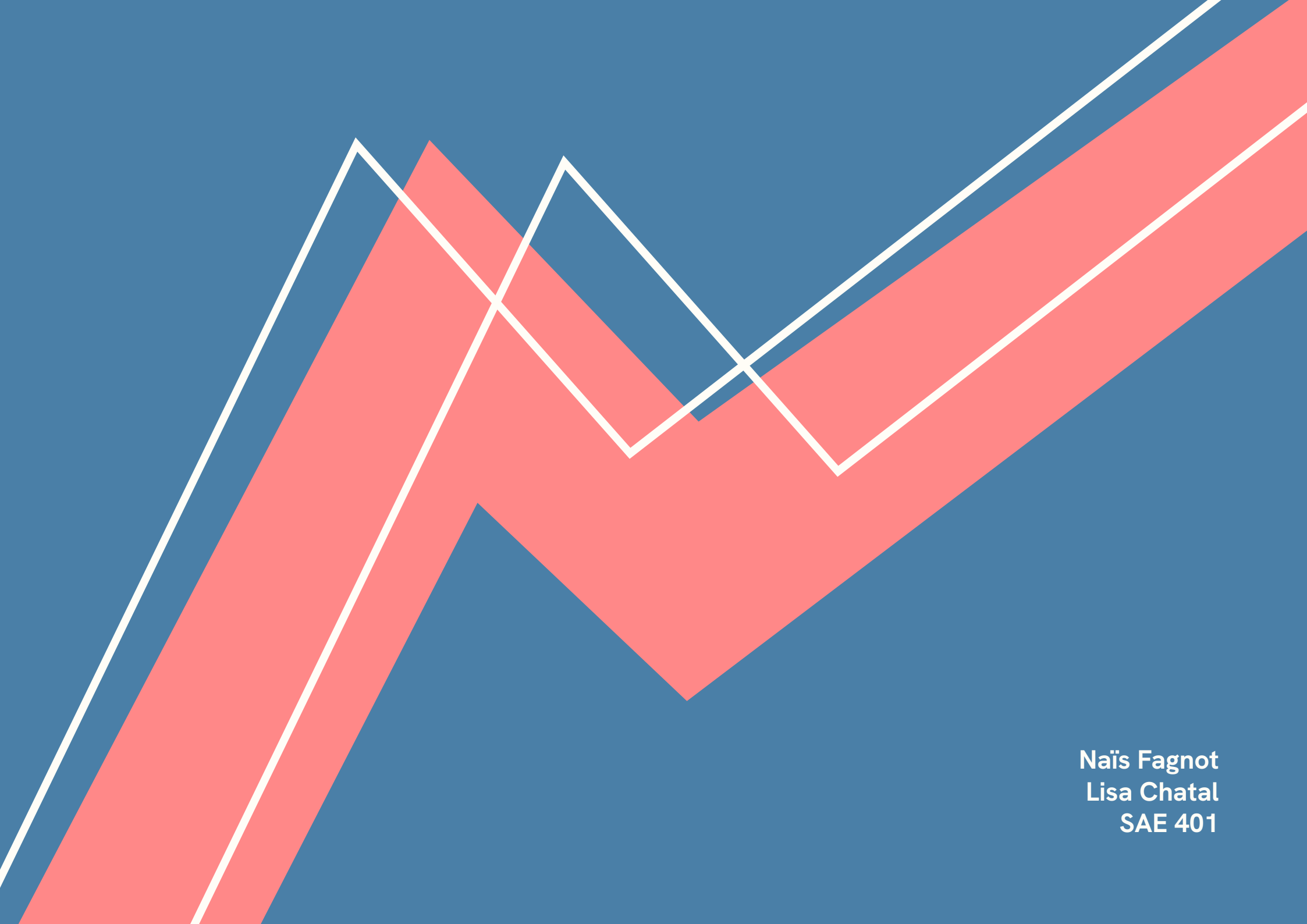
Adaptation plus institutionnelle de l'identité, destinée à la communication professionnelle du département.



POST INSTAGRAM

Utilisation des éléments graphiques pour créer des contenus plus dynamiques et adaptés aux étudiants.





Naïs Fagnot
Lisa Chatal
SAE 401