



GRENOBLE

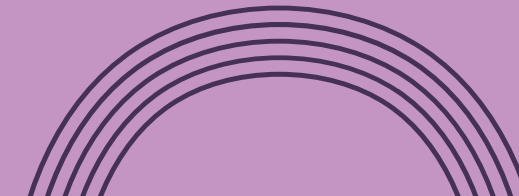
Guide Branding de l'Identité Visuelle de MMI Grenoble

Sommaire

La démarche créative P5

Charte graphique P15

Les visuels P27





La démarche créative

<u>La demande client</u>	P6
<u>Analyse de l'existant</u>	P7
<u>Moodboard</u>	P8
<u>Croquis</u>	P10
<u>Construction du logo</u>	P12

La demande client

Demande

Le département MMI Grenoble, ne disposant que d'un logo, souhaite renouveler son identité visuelle dès la rentrée universitaire 2026-2027.

Il souhaite obtenir une identité visuelle actualisée qui puisse fournir des valeurs de créativité et de pédagogie.

Le nouveau logo doit être professionnel, distinctif des autres logos MMI, et être en mesure de durer dans le temps.

Les cibles envisagées sont les usagers du département (étudiants et personnels), et les organisations (entreprises, administration).

Les éléments graphiques seront utilisés au quotidien par une personne non spécialiste en design graphique.

Cadre et contraintes

Les contenus livrés doivent être facilement mobilisables et modifiables par une personne qui n'est pas un professionnel.

La communication du département MMI n'a aucune obligation de s'inscrire dans les chartes existantes de l'UGA ou de l'IUT1.

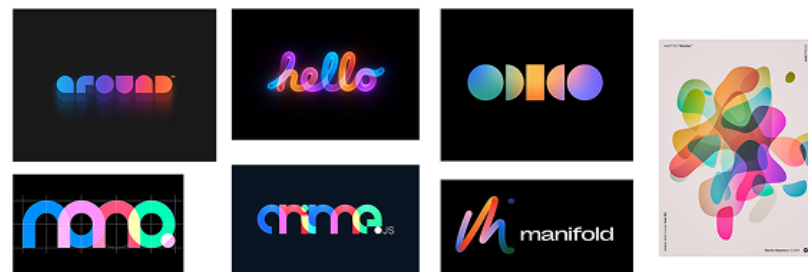
Le client ne souhaite pas de mascotte et les tendances graphiques éphémères sont à éviter.

Analyse de l'existant



Dans notre recherche de l'existant nous sommes allés voir ce qui était fait dans les autres MMI. Nous avons rassemblé les principaux logos pour mieux les analyser. On remarque qu'à chaque fois les lettres MMI apparaissent. Ils sont pour la plupart assez professionnels mais parfois peu créatifs et distinctifs. Lorsqu'on utilise de la couleur dans le logo ça permet d'ajouter une touche de créativité.

Moodboard



Diversité et Création:

Le dégradé de couleurs représente la pluridisciplinarité de la formation, la superposition des éléments donne l'idée d'un assemblage dans le processus de création.



Pédagogie et Lien :

Le savoir et le social est représenté par l'imbrication de différents éléments à la manière d'un puzzle.



Modernité

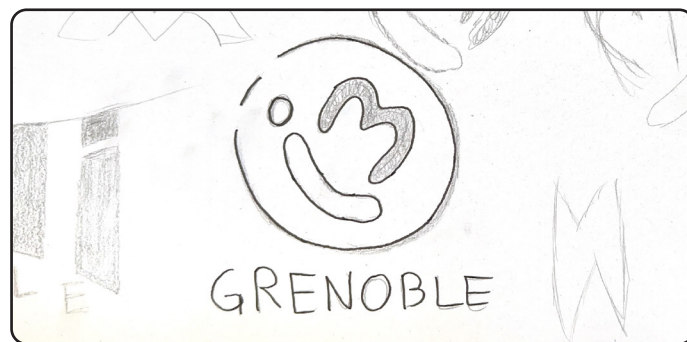
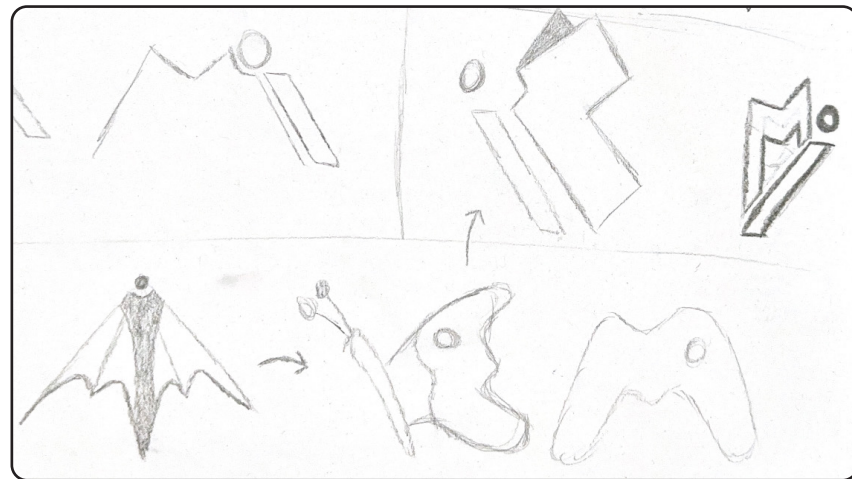


Assemblage et Diversité

plusieurs face
plusieurs dimensions
plusieurs couleurs
plusieurs formes
proximité des éléments
éléments de séparation

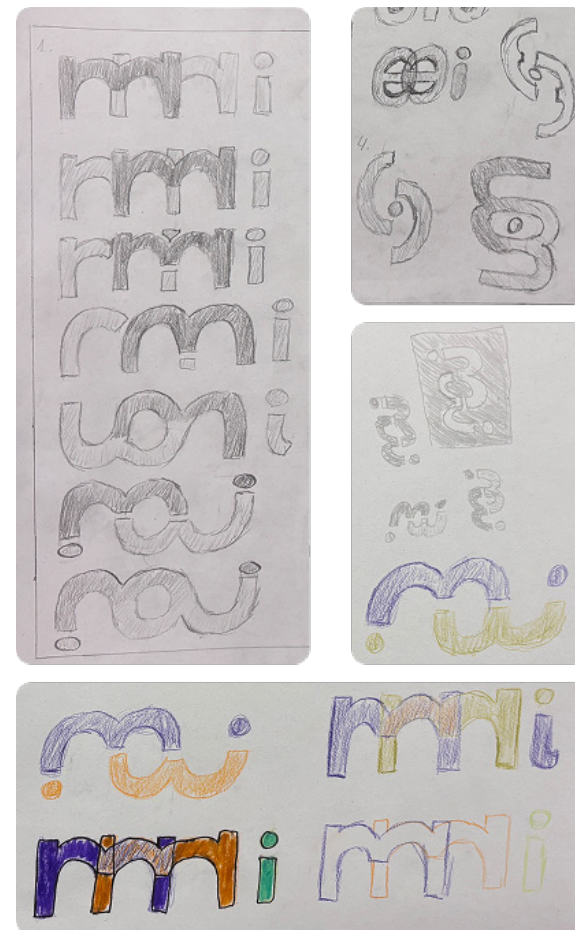


Croquis



On a commencé par explorer l'idée d'un papillon avec les deux ailes et le corps du papillon qui représentent les lettres MMI. On a donc dessiné plusieurs variations de ce papillon, certaines assez droites et d'autres un peu plus arrondies.

Mais nous sommes partis ensuite sur une autre idée car le papillon représente quelque chose de libre et éphémère et ce n'est pas le message que nous souhaitons transmettre à travers notre identité visuelle.



La première idée partait sur une intersection entre les deux « m » de « MMI ». Nous avons essayé plusieurs configurations : le premier « m » au premier plan, le second au premier plan, un « m » à l'envers et l'autre à l'endroit, ainsi que des tests avec des arrondis et différents espacements entre les intersections.

L'idée initiale s'est peu à peu transformée en quelque chose de radicalement différent au fil des expérimentations.

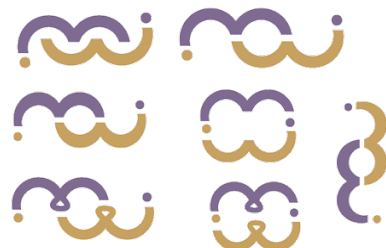
Nous avons constaté que le « i » était exclu du motif principal, nous l'avons donc intégré directement aux « m », jusqu'à ce qu'une version suffisamment satisfaisante se dégage.

Création du logo

Idée principale



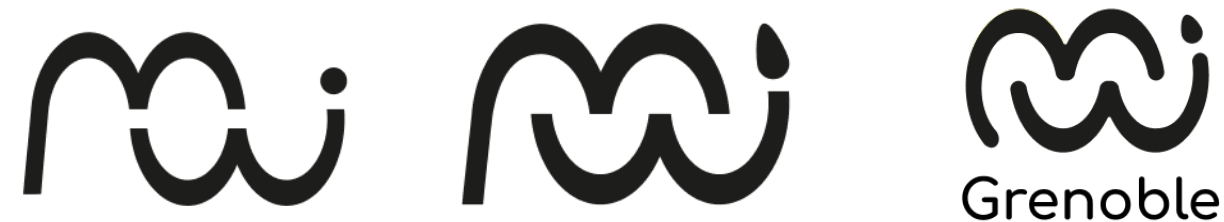
Idée secondaire



Sur Illustrator, l'idée initiale se rapprochait davantage de ce qui était prévu grâce à l'usage des couleurs, mais elle fonctionnait moins bien en raison de la contrainte des trois lettres dans le logo.

L'utilisation de trois couleurs créait également une surcharge cognitive.

Nous avons décidé de nous orienter vers la deuxième idée, en explorant d'autres pistes, car le rendu sur Illustrator ne correspondait pas aux attentes : le logo était trop large, ressemblait à des sortes de menottes et paraissait beaucoup trop ludique.



On a fait plusieurs tests avec les deux «M» inversés jusqu'à se rendre compte que lorsqu'on les déplaçait un peu un Nouveau «M» prenait forme entre les deux. Le «i» lui prend forme grâce au point sur le deuxième «M». On a par la suite arrondi la pointe du premier «M» car elle était trop droite, et on a ajouté une typographie assez ronde qui rappelle la forme du logo.



Pour la version finale du logo, nous avons modifié légèrement les deux «M» de sorte à ce qu'ils aient la même épaisseur de partout.

Nous avons aussi choisi une typographie qui donne un effet un peu plus professionnel de par sa simplicité, elle est aussi plus lisible et polyvalente.

Le logo inspire la pédagogie grâce à ses formes arrondies et le professionnalisme grâce à sa typographie, comme demandé par le commanditaire.



La charte graphique

<u>Logo et déclinaisons</u>	P16
<u>Espace libre</u>	P20
<u>Les couleurs</u>	P21
<u>La typographie</u>	P22
<u>Les éléments graphiques</u>	P23
<u>Les règles d'usage</u>	P24

Logo principal



L'idée finale repose sur les valeurs de lien, du parcours et de la progression. La courbure du logo avec les deux "m" créent un espace négatif qui fait penser à un chemin, qui évoque les différents parcours de MMI passant par la création numérique, le développement web, et la communication.

Ce chemin, également en forme de courbe, fait ressortir la progression des étudiants dans leur apprentissage dans la formation. Un peu à la manière d'une courbe de progression.

Enfin, les deux "m" qui s'emboîtent l'un dans l'autre évoquent le lien, et le partage de connaissances entre les étudiants et enseignants.



Déclinaisons du logo



Nous avons ensuite proposé plusieurs déclinaisons du logo. Une version sans texte est utilisée notamment sur les réseaux sociaux.



La version principale, avec la mention « Grenoble » placée en dessous, permet d'identifier facilement de quel MMI il s'agit. Elle est utilisée pour les supports print, tels que les affiches, les flyers ou les cartes de visite.



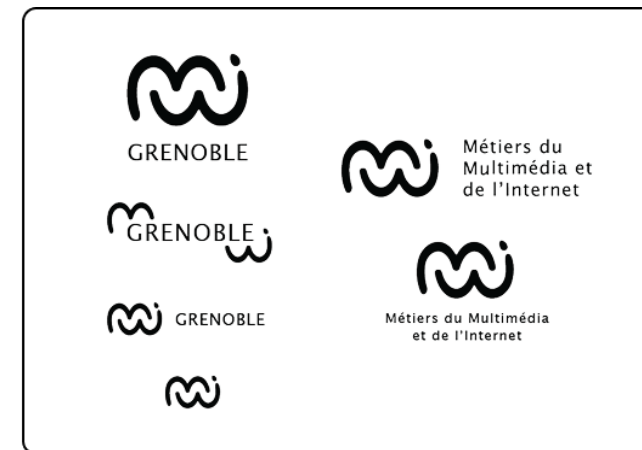
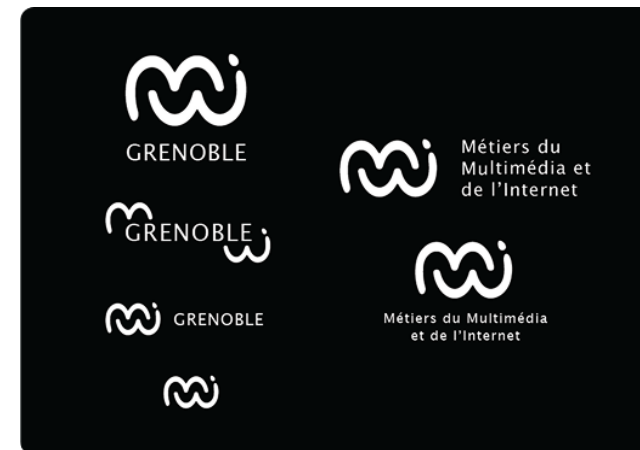
Une version avec le texte positionné sur la droite est davantage adaptée aux formats horizontaux, lorsque la composition verticale du logo n'est pas appropriée.



Le dernier logo inclut l'intitulé « Métiers du Multimédia et de l'Internet », utilisé pour le site web ainsi que sur certaines communications externes, comme les journées portes ouvertes, afin de permettre au public de mieux comprendre le nom de la formation.



Enfin, une autre déclinaison présente le « M » séparé en deux parties encadrant le mot « Grenoble ». Cette version est exclusivement utilisée sur les réseaux sociaux et apporte une touche de créativité supplémentaire.



La grille du logo

La grille du logo est un élément important de son identité visuelle. Elle permet de garantir une bonne lisibilité et d'organiser correctement les différents éléments qui le composent.

Pour construire cette grille, on utilise une mesure de référence appelée X. Sur la version verticale, X correspond à un quart de la hauteur du symbole (sans le texte). Cette mesure sert à définir l'espace entre le logo et le texte « Grenoble », ainsi que la zone de protection autour du logo qui définit grâce à quatre carrés de côté 2X.

Pour les versions horizontales, X correspond à un quart de la largeur du symbole (sans le texte). Cette même mesure est utilisée pour définir les espacements et la zone de protection afin d'assurer une utilisation cohérente du logo sur tous les supports.



Rose
#cd9dc8

Violet
#443156

Lime
#cfdc7a

Les couleurs

Le choix final s'est porté sur deux teintes : un violet sombre comme couleur principale et un rose désaturé en couleur secondaire. Sur le cercle chromatique, cela correspond à une harmonie de couleurs analogues.

Le violet a été choisi pour ses associations avec la créativité, l'imagination et la connaissance, ce qui représente bien l'esprit de MMI. Cette couleur est également peu utilisée dans les autres logos MMI, ce qui contribue à renforcer son caractère distinctif.

Le rose, quant à lui, a été retenu pour sa proximité avec le violet. Une teinte trop éloignée, comme évoqué précédemment, rendait le logo plus chargé et moins professionnel, des couleurs trop vives peuvent donner un aspect trop enfantin au logo.

Afin d'apporter davantage de variété aux compositions graphiques, un vert lime a été choisi en raison de sa complémentarité avec le violet. Il pourra être utilisé ponctuellement comme couleur d'accent afin de mettre en valeur certains éléments et de dynamiser les visuels, tout en conservant la cohérence de l'identité graphique.

La typographie

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Lucida Grande

Bold

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Lucida Grande

Regular

Nous avons sélectionné une seule typographie principale : Lucida Grande, sobre et professionnelle, qui s'intègre parfaitement au logo.

Une typographie plus arrondie a également été testée ; elle s'accordait bien avec un logo aux formes arrondies, mais s'éloignait trop de la demande initiale, qui exigeait un rendu plus professionnel.

Les éléments Graphiques



Les éléments suivants sont destinés à être utilisés dans l'identité graphique de MMI, notamment pour les publications sur Instagram et LinkedIn.

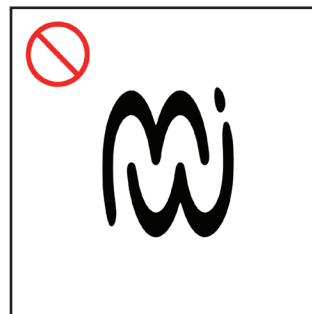
Ils reprennent les couleurs du logo et existent en plusieurs déclinaisons : une version blanche, utilisable sur des fonds contenant des images, une version rose, adaptée aux fonds violet foncé, une version violette, et une couleur lime pour accentuer des éléments.

L'arche, les cercles et les vagues s'inspirent des mêmes courbes que celles présentes dans le design du logo, assurant ainsi une cohérence visuelle entre les différents éléments de l'identité graphique.

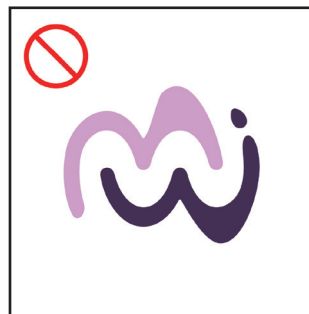
Les gouttes, quant à elles, servent à mettre en valeur certains éléments de contenu de manière plus élégante et originale qu'un simple surlignage.

Le motif peut être utilisé en arrière-plan ou comme élément décoratif pour ajouter un peu de dynamisme à un visuel. Il est totalement en lien avec l'identité graphique car il est composé du logo répété et de cercles.

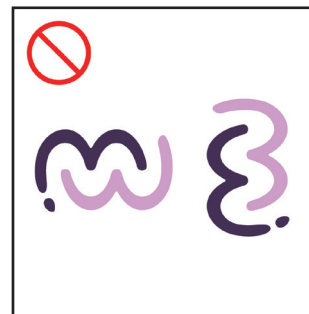
Les règles d'usage



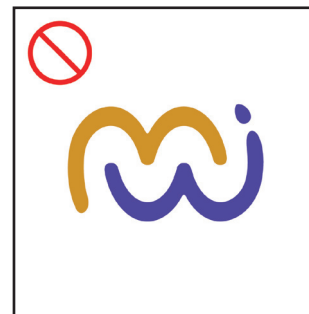
Ne pas étirer le logo



Ne pas modifier la forme du logo



Ne pas modifier l'orientation du logo



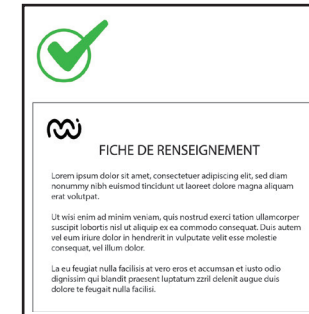
Ne pas changer la couleur du logo



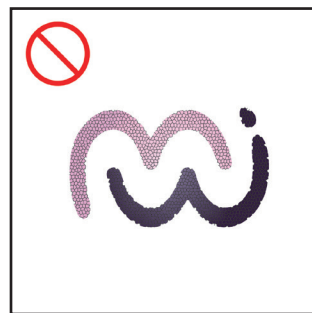
Ne pas placer d'éléments devant le logo



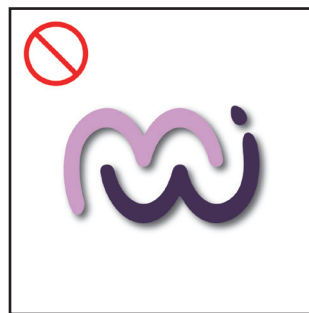
Respecter les marges de sécurité autour du logo



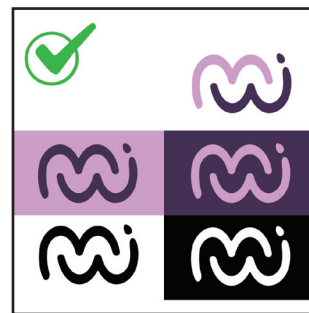
Sur les documents administratifs (type A4), veiller à positionner correctement le logo sur un bord.



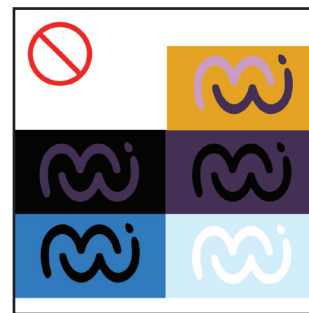
Ne pas mettre d'images ni de texture dans le logo



Ne pas ajouter d'ombre portée au logo



Veillez à assurer un contraste suffisant avec le fond. Sur fond blanc, utilisez le logo en noir, violet ou en couleurs.



Sur des images trop complexes, utilisez la version du logo avec un arrière-plan uni.





Les visuels

<u>Affiche</u>	P28
<u>dépliant</u>	P30
<u>Communication interne</u>	P32
<u>Petit carnet</u>	P33
<u>Réseaux sociaux</u>	P34
<u>Mockup et Merch</u>	P36

Affiche



Voici un exemple d'affiche qu'il est possible de faire. Ici c'est une affiche de communication externe qui permet d'informer les passants sur la prochaine journée portes ouvertes de l'IUT.

Pour de la communication externe comme celle-ci, il est conseillé d'utiliser le logo avec le détail de l'acronyme MMI car quelqu'un qui ne connaît pas la formation ne sait pas à quoi ça correspond.

On peut choisir d'utiliser seulement le blanc, rose et violet ou bien de rajouter la couleur lime pour mettre davantage l'accent sur certains détails importants.

Les éléments graphiques sont placés sur les bords pour rajouter de la décoration au visuel sans rentrer en conflit avec le texte qui se trouve à l'intérieur.

Le logo doit figurer en bas de l'affiche, son alignement dépend de l'organisation générale, il peut être centré ou plus sur un bord.



Dépliant

Ce dépliant est au format A4, il est composé de trois parties et présente la formation MMI de façon assez simple.

Dans ce type de visuels, il faut appliquer une marge d'au moins un centimètre au sein de chaque page pour que les informations ne soient pas trop près des pliures afin de rester bien visible.

On peut jouer avec des textes pleins et des textes en bordures pour créer une hiérarchie dans le document. Les petites gouttelettes permettent de mettre les éléments importants en valeur.

Le fait d'avoir ajouté la photo d'une personne permet d'humaniser un peu plus le document, il paraît plus vivant et ça attire plus facilement l'oeil.

Il est possible de modifier l'opacité des éléments graphiques pour diminuer un peu leur impact visuel.



Communication interne

 GRENOBLE	
OFFRE D'EMPLOI Étudiant Relais-Santé	
Type d'emploi	Deviens Étudiant-e Relais Santé ! Rejoins une équipe de 10 étudiant-es engagé-es, formé-es et encadré-es au Service de Santé Etudiante, qui mènent des actions de promotion de la santé par les pairs, dans une ambiance chaleureuse et autogérée.
Durée de la mission	Année universitaire 2026-2027 (septembre à juin) ➤ 12 heures de travail par mois en moyenne, modulable selon les périodes (soit 120 heures sur l'année, heures supplémentaires possibles) : travail fréquent en fin de journée et soirée sur le périmètre de la métropole
Conditions d'accès	- Être prêt à aborder des inconnu-es (en binôme) et parler de santé mentale, santé sexuelle, consommations festives, accès et droits à la santé... - Avoir envie de réfléchir à son propre rapport à la santé, ses propres doutes et de développer une posture "pair à pair", basée son propre vécu - Aimer travailler en équipe dans une logique d'autogestion, en respectant les paroles et points de vue de chacun-e Les plus : - Apprécier le monde de la fête étudiante - Être à l'aise dans une ou plusieurs langues étrangères (particulièrement l'anglais) - Maîtriser Canva, Insta, la création vidéo / podcast... ou tout à la fois Les conditions "pratiques" : - Être inscrit-e dans l'un des établissements grenoblois : UGA, INP-UGA, IEP-UGA, ENSAG-UGA, ESAD... toutes les filières sont bienvenues (Il n'est pas nécessaire d'avoir des connaissances spécifiques en santé) - Être disponible tout le long de l'année : ne pas avoir des stages longs ou l'écriture d'un mémoire. - Être disponible à partir du 1 septembre 2026.
Missions proposées	Mobiliser sa propre expérience pour rentrer en contact avec les autres étudiant.e.s : se poser des questions sur sa propre santé, les poser aux autres, les écouter d'une façon curieuse et bienveillante. - Mener régulièrement des actions en autonomie (mais toujours en équipe) après la période de formation Aider les étudiant-e-s à trouver la bonne personne ou le bon service du Centre

Pour de la communication interne il faut toujours que le logo apparaisse en haut à droite du document en respectant l'espace libre avec lequel il est fourni.

Il ne doit jamais se situer au même niveau que le titre du document, toujours un peu plus en haut.

Sur les documents au format A4, le logo ne doit pas mesurer moins de 1,7cm de largeur pour qu'il soit facilement lisible et identifiable.

Sur des formats plus petits sa largeur doit correspondre à au moins un dixième de celle du document.

Carnet

Ces petits carnets pour prendre des notes sont de bons exemples de l'utilisation du motif, il permet d'habiller une zone vide et de créer un contraste au sein du document.



Réseaux sociaux

MMI Grenoble

841 abonnés

20 h •

Les candidatures Parcoursup sont ouvertes !

Vous êtes créatif, curieux et passionné par le numérique ? Vous souhaitez apprendre à concevoir des projets concrets tout en développant des compétences recherchées par les entreprises ?

Le BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet (MMI) vous permet d'explorer de nombreux domaines du numérique : création de contenus, audiovisuel, design, développement web, communication digitale, marketing, UX/UI, gestion de projet et bien plus encore.

#parcoursup #multimédia #communication #audiovisuel #développementweb

Ouverture des Candidatures Parcoursup

Envie de donner vie à vos idées ?

Rejoignez la formation MMI et formez-vous aux métiers du numérique de demain.

88 • 4 commentaires

J'aime

Commenter

Partager

Envoyer

MMI Grenoble

841 abonnés

20 h •

Nous recherchons un(e) stagiaire en communication pour participer à la création de contenus numériques et au développement de notre visibilité.

Vous contribuerez à l'animation des réseaux sociaux, à la réalisation de supports de communication (visuels, vidéos, publications web) et à la mise en œuvre d'actions de communication digitale.

Profil recherché : étudiant(e) en BUT MMI, créatif(ve), autonome, avec de bonnes compétences en création de contenu et une maîtrise des outils numériques.

#stage #recrutement #communication #audiovisuel #développementweb

Métiers du Multimédia et de l'Internet

NOUS RELANÇONS LE RECRUTEMENT !

Stage en communication

Attractivité & développement des réseaux sociaux

Contenu Vidéo

Salons Étudiants

Campagnes de com

Réseaux Sociaux

Grenoble Presqu'île

Septembre 2026

Télétravail possible

289 • 155 commentaires

J'aime

Commenter

Partager

Envoyer

Les publications sur les réseaux sociaux reprennent exactement le même style que la charte graphique, on retrouve les mêmes couleurs et les mêmes éléments graphiques.

Les éléments graphiques viennent dynamiser les publications et mettre en valeur certains détails.

Le logo avec la mention «Grenoble» a été choisi comme photo de profil car il permet facilement d'identifier de quel BUT MMI il s'agit.

MMI Grenoble

9+

153 Publications

209 Followers

109 Suivi(e)s

@mmi_grenoble

Compte officiel du département

#mmigrenoble

@universitegrenoblealpes @iut1grenoble

SAÉ

Actualités

Que fait-on en MMI ?

OUVERTURE DU STUDIO SON

joshua_I

IUT1 de Grenoble

Que fait-on en MMI ?

Aimé par craig_love et d'autres personnes

joshua_I

En MMI, les étudiants travaillent sur la communication, le développement web et la... plus

11 juin

joshua_I

IUT1 de Grenoble

OUVERTURE DU STUDIO SON

Aimé par craig_love et d'autres personnes

joshua_I

Étudiants en S4, n'oubliez pas de réserver votre créneau dans le studio son cette semaine !

25 mai

34

35





GRENOBLE

Tom JEAN-MARIE-FLORE

Tymur DAIRABEKOV