

Juin 2026 - S4A2
Arthur Neveu - Baptiste Grand



MMI GRENOBLE GUIDE BRANDING

INTRODUCTION

Ce document est essentiel si vous souhaitez comprendre les éléments de notre **identité**. Dans ce guide, nous allons vous expliquer comment les utiliser notamment notre **logo** et ses **déclinaisons**. Nous rappelons aussi que suivre les règles que nous allons citer dans ce **guide branding** sera important si vous souhaitez avoir une expérience agréable avec notre direction artistique. Sans plus attendre, commençons notre aventure !

SOMMAIRE

1. Présentation du produit - 4

- 1.1 C'est quoi le BUT MMI de Grenoble - 5
- 1.2 Nos valeurs - 5

2. Démarche Créative - 8

- 2.1 Moodboard - 9
- 2.2 Croquis logotype - 9

3. Logo - 11

- 3.1 Présentation - 12
- 3.2 Marges - 13
- 3.3 Taille minimum - 14
- 3.4 Déclinaison - 15
- 3.5 A ne pas faire - 16

4. Couleurs - 17

- 4.1 Palette de couleurs - 18

5. Typographie - 19

- 5.1 Police principale - 20
- 5.2 Police secondaire - 21
- 5.3 Police de substitution - 22

6. Assets - 23

- 6.1 Les formes - 24
- 6.2 Les personnes - 25

7. Habillage du site - 26

- 7.1 Explications du design - 27

8. Déclinaison RS - 28

- 8.1 Pour les événements - 29
- 8.2 Pour les créations - 30
- 8.3 Compte Youtube MMI - 31

9. Déclinaisons print - 32

- 9.1 Template affiche - 33
- 9.2 Affiches - 34
- 9.3 Mockup - 37

10. Merch - 39

- 10.1 T-shirt - 40
- 10.2 Accessoires - 41

1. PRÉSENTATION DU PRODUIT

1.1 C'est quoi MMI Grenoble ?

Le **BUT MMI** (Métiers du Multimédia et de l'Internet) est une formation de 3 ans qui peut permettre une insertion professionnelle tout comme une poursuite d'études.

Le BUT MMI de Grenoble se situe à l'IUT 1 et dispose des trois parcours suivants : la **création numérique**, le **développement web** et la **stratégie de communication**.

1.2 Nos valeurs

GRANDEUR

Le BUT MMI de Grenoble est une formation d'envergure qui prépare les acteurs du numérique de demain. Sa richesse disciplinaire et son approche professionnalisante permettent aux étudiants d'acquérir des compétences solides en communication, design, audiovisuel et développement web. Le logo doit exprimer cette grandeur : une identité **forte, imposante et moderne**, qui symbolise la **puissance du BUT MMI**, son rayonnement et son ambition d'accompagner les étudiants vers les métiers du multimédia et de l'innovation numérique.

CRÉATIVITÉ

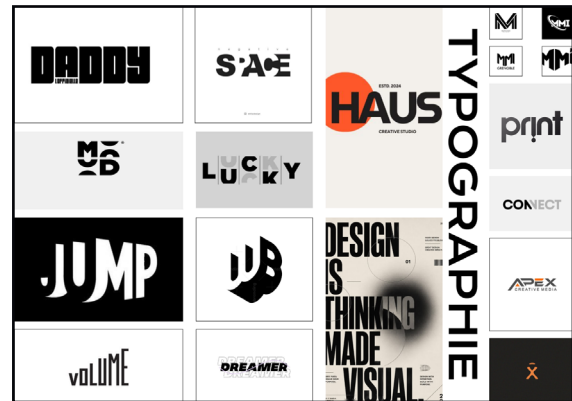
C'est l'un des **thèmes principaux** du BUT MMI, peu importe le parcours que l'on choisit, il était donc impossible de ne pas représenter ce thème dans notre direction artistique. Il nous faut un logo artistique qui traduit ce thème.

2. DÉMARCHE CRÉATIVE

2.1 Les Moodboards

Pour ce moodboard, nous nous sommes concentrés sur la **typographie**. Le logo MMI a toujours contenu les lettres de la formation et nous pensons qu'il est important de les faire apparaître.

Ce moodboard montre différentes manières de faire ressortir un logo fait de **lettrage**. On a par exemple des effets **d'ombrage** ou des jeux sur les formes des lettres. Aussi, la majorité des logos pris sont de couleur **noir** et **blanc** ou avec des **niveaux de gris**. Dans un premier temps, on peut se dire que ce n'est pas un avantage, mais on peut aussi se dire que cela peut aider dans la déclinaison du logo en noir et blanc.



Pour un autre moodboard, le mot principal était la **grandeur**. Le but est de mettre en valeur la formation BUT MMI, de montrer que nous sommes une **formation imposante**. Les photos choisies affichent des éléments massifs ou encore un humain au milieu. Ces images traduisent la puissance mais aussi le monde vaste qu'est la formation **pluridisciplinaire** du BUT MMI.



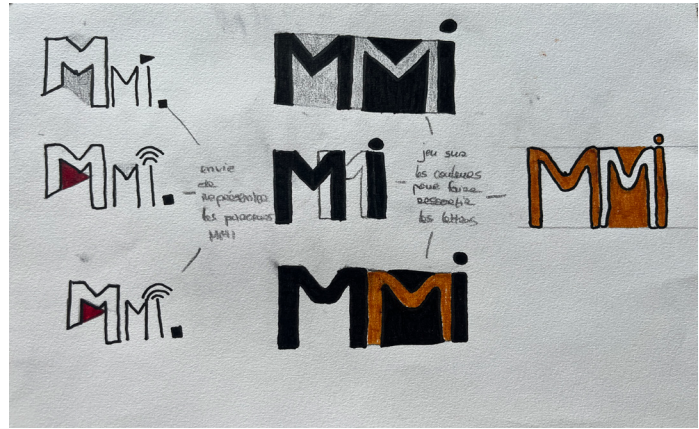
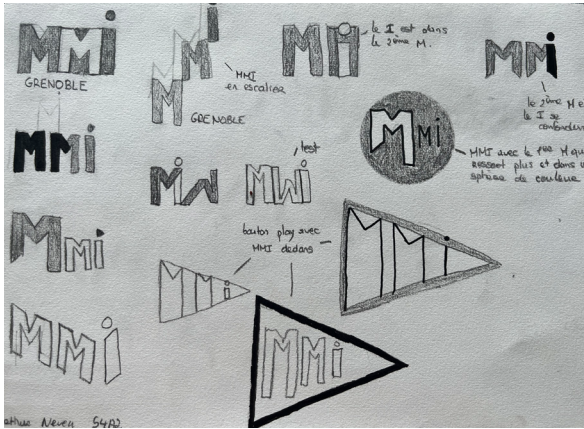
Ce troisième moodboard s'est concentré sur les **couleurs** et les **formes**. Nous voulons ici mettre en avant la palette de couleur qui serait intéressante d'utiliser pour le logo. L'une des couleurs majoritaires est **l'orange**, qui a souvent une valeur positive et optimiste. On l'utilise souvent pour exprimer la bonne humeur et le dynamisme.



Le dernier moodboard met en avant la **créativité**, l'une des **notions clés** du BUT MMI, peu importe le parcours que l'on choisit. Les images se concentrent sur des thèmes tels que **l'audiovisuel** mais aussi des sujets plus vastes comme tout simplement le fait d'avoir une idée en création. La **diversité** des éléments représente bien la **pluridisciplinarité** de la formation, élément essentiel à savoir si l'on veut s'y intéresser.

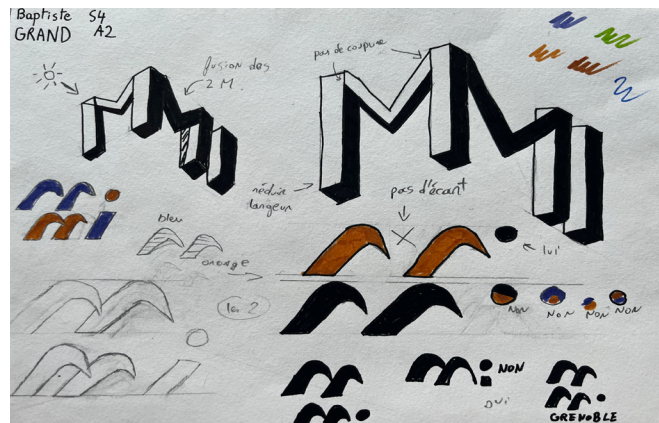
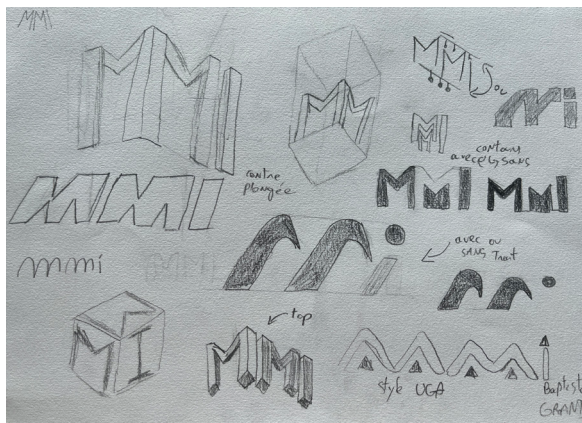


2.2 Croquis Logotype



Dans ces premières versions de croquis logotypes, nous nous sommes centrés sur du **lettrage** avec les lettres **MMI**. Notre but était de faire ressortir la grandeur de ces lettres à travers notamment des jeux de couleur ou encore des différences de taille. Il y a aussi eu une tentative de représenter chacun des parcours dans le logo, mais cette option a été abandonnée car trop complexe à réaliser.

Parmi ces propositions, celles les plus à droite ont retenu notre attention car le contraste de couleurs permet une lecture facile et unique de MMI.



Pour cette deuxième version, les typographies sont toujours au centre de notre intérêt. Cependant, nous avons essayé ici des **manières d'écrire "MMI" différentes**, par exemple en faisant ressortir des lettres plus que d'autres. Les propositions de la **deuxième feuille en bas** sont les plus **intéressantes**.

Nous avons donc décidé de partir sur un logo qui s'inspire de ces propositions.

3. LE LOGO

3.1 Présentation



Le logo proposé est, de notre point de vue, le meilleur des compromis entre chacun de nos **moodboards**. On peut y voir les lettres “MMI” écrites en minuscule mais avec une **typographie** assez **épaisse** et **arrondie**, ce qui rappelle le côté **créatif** de la formation.

Il y a aussi une différence de taille majeure entre les deux “m” et le “i”, ce qui traduit bien la sensation de **grandeur** que nous voulons transmettre.

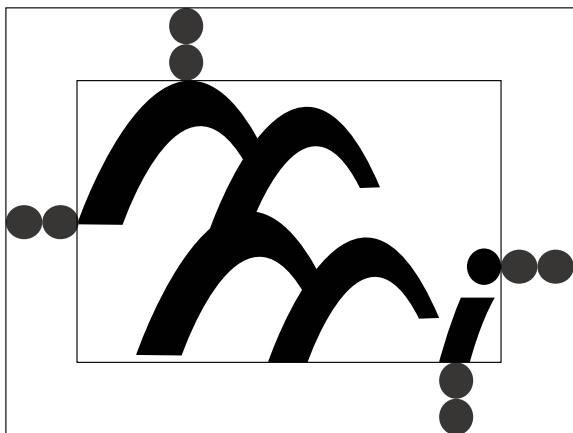
Aussi, les couleurs chaudes donnent à un logo un aspect plus **agréable** et **attachant**, ce qui sont des valeurs importantes dans le BUT MMI.

Enfin, la **typographie** inventée pour ce logo est très **unique** et joue sur les formes des lettres, qui sont très disproportionnées par rapport à un lettrage classique.

Ce logo existe en **deux versions** : une avec seulement le logo et une autre avec “Métiers Multimédia Internet” écrit à côté. Le **premier** est plus facilement utilisable dans de **petits espaces** comme des **photos de profil** ou des **favicons**. Tandis que la **deuxième version** s’associe parfaitement à des endroits **plus larges**, comme des **pages de garde** par exemple.

3.2 Marges

Afin d'éviter toute utilisation mauvaise du logo il est nécessaire de respecter les **marges** suivantes :

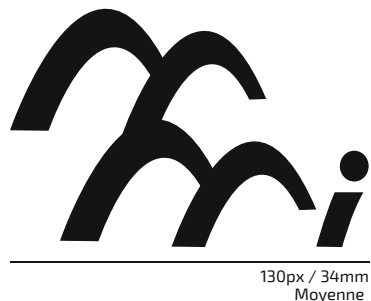


Les deux points sont ceux du **I** de notre logo



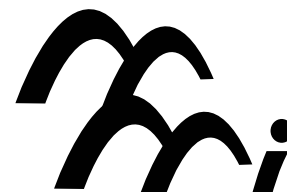
3.3 Tailles

Afin d'éviter toute utilisation mauvaise du logo il est nécessaire de respecter les **tailles** suivantes :



Remarque : Il n'y a pas de **maximum** imposé pour l'utilisation du logo, nous avons simplement mis une **moyenne** recommandable afin de pouvoir exploiter le plein potentiel de ce dernier.

3.4 Déclinaisons



Il est possible d'utiliser un fond de **couleur** disponible dans la palette de couleurs pour le logo, cependant ce dernier devra être de couleur **blanche** (celle dans la palette de couleurs également)

3.5 A ne pas faire



Ne pas faire de rotation du logo.



Ne pas déformer le logo.



Ne pas modifier les couleurs du logo.



Ne pas utiliser le logo sur des fonds colorés (sauf déclinaison blanche).



Ne pas mettre de contour.



Ne pas modifier l'opacité.



Ne pas mettre le logo textuel sur une image.



Ne pas modifier les espaces.



Ne pas modifier la typographie du texte.

4. LES COULEURS

4.1 Palette de couleurs

hex : #e63956
RGB : 230/57/86
CMJN : 1.39/88/52.78/0.13

Une couleur **claire** et **vive** qui est utilisée ici pour représenter le **bonheur**, mais aussi la **chance**.

hex : #ee7527
RGB : 238/117/39
CMJN : 0/63.91/89.16/0

Une couleur plus **sombre** que la précédente mais avec un léger accent lumineux qui permet de l'éloigner du noir. Elle est une couleur centrale car elle représente la **créativité** et le **dynamisme**, deux notions essentielles en BUT MMI.

hex : #1a6199
RGB : 26/97/153
CMJN : 90.33/58.04/15.88/2.33

Cette couleur, qui est un peu plus **secondaire**, est une teinte **riche** et **apaisante**. Elle permet ainsi d'apporter une **sérénité** nécessaire pour rassurer le public cible.

hex : #141414
RGB : 20/20/20
CMJN : 78.32/68.9/61.32/86.9

Cette couleur **très sombre** sert à faire ressortir les couleurs précédentes. Elle sera souvent utilisée pour du **texte**.

hex : #f1eae2
RGB : 241/234/226
CMJN : 6.64/7.93/12.08/0

Cette couleur sert comme une **alternative** à un blanc classique. Elle sera utilisée majoritairement pour les **fonds de page**.

5. LA TYPOGRAPHIE

5.1 Typographie principale

Inter Tight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

? ! , ; () : / = + ' & - ^ % »

La première typographie que nous avons choisi est **Inter Tight**. Il s'agit d'une police **sans-sérif** et **grasse**, dont la principale utilisation sera pour les **titres**. Le but est de transmettre une image **professionnelle** tout en contrastant avec le style du logo, qui est lui plus rond. Cette police sera majoritairement utilisée en **Bold**.

5.2 Typographie secondaire

Libre Franklin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

? ! , ; () : / = + ' & - ^ % »

La deuxième typographie présente est **Libre Franklin**, créé en 2010 . Comme vous pouvez le voir, c'est une police **sans-sérif** très simple qui, dans notre cas, sera utilisée en **regular** pour les **textes**. Elle permet de donner une apparence **très moderne et accessible**, ce qui est essentiel pour une formation comme le BUT MMI.

5.3 Typographie de substitution

Exo 2

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

abcdefghijklmnopqrstuv

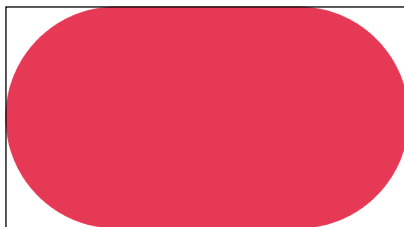
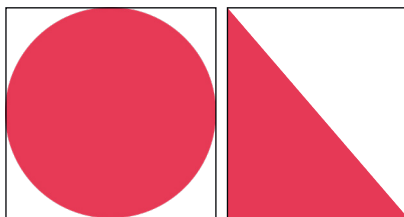
0123456789

? ! , ; () : / = + ' & - ^ % »

La police de substitution est **Exo 2**. C'est une police **grasse** très similaire à la police principale, Inter Tight. Elle peut donc être utilisée en tant que substitution pour les **titres**.

6. LES ASSETS

6.1 Les formes



Ces deux **formes** à gauche sont les éléments principaux de notre direction artistique.

Le **cercle** ne peut **pas** être **déformable** mais il est possible de **changer** sa **taille**.

Le triangle peut être **déformé** et sa **taille** peut être **changé**, mais il doit toujours ressembler à un triangle à la fin.

Enfin pour le **rectangle**, il est possible de le **déformer** et de **changer** sa **taille**, cependant le ratio doit toujours permettre de savoir qu'il s'agit d'un rectangle. Les mêmes règles s'appliquent pour le **rectangle arrondi**.

En ce qui concerne les **couleurs**, il est possible d'utiliser celle qui sont présentes dans la **palette de couleur** décrite précédemment.

Remarque : **Aucune** des formes ci-dessus ne possède de contour, ils ont juste été ajoutés dans cette présentation afin de pouvoir les distinguer plus facilement.

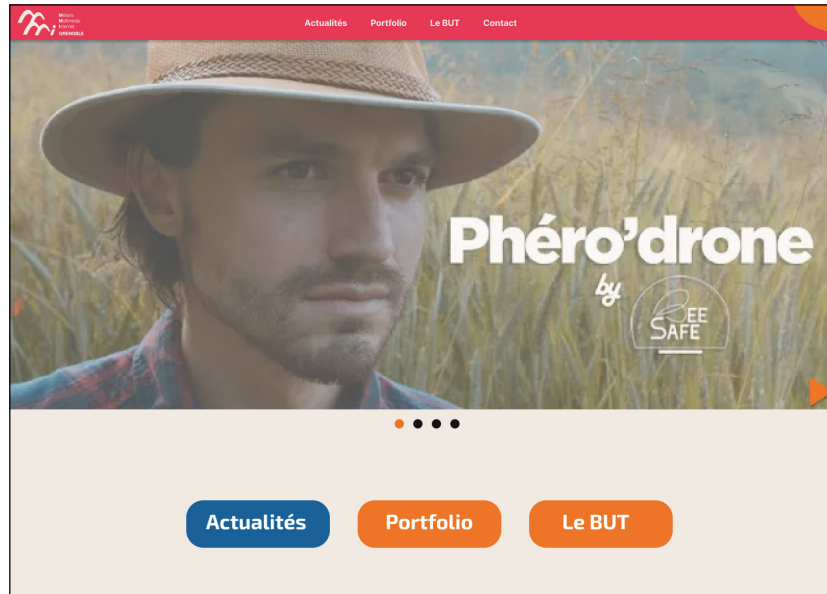
6.2 Les personnages

Pour illustrer des **flyers**, **affiches** ou autres **communications universitaires**, nous avons remarqué que très souvent des **photos d'étudiants** sont utilisées pour humaniser les communications et attirer les étudiants. Nous avons donc choisi deux PNG d'étudiants à titre d'exemple. Il faut privilégier des photos d'étudiants **souriants** pour montrer l'ambiance **positive** de la formation.



7. HABILLAGE DU SITE

7.1 Explication du design



Le site web présente un design très **simple** mais **compréhensible** par tous. Le logo MMI est placé en **haut à gauche** dans le header. Ce dernier comprend **4 liens** (Actualités, Portfolio, Le BUT, Contact). L'élément au centre est un **carrousel** qui présente des créations diverses du BUT, que ce soit du développement web, de la communication ou de la création numérique. On a enfin, dans le modèle proposé, des **boutons** qui mènent aux différentes pages du site. Le site est **coloré** avec ce qui est proposé dans notre palette. On voit principalement du **rouge** et du **orange** avec un peu de bleu.

8. Déclinaison RS

8.1 Pour les événements



Pour les **stories/posts** pour les **événements**, nous avons décidé de nous concentrer sur des **formes géométriques** afin de rappeler nos moodboards. Les couleurs majoritaires sont **le rouge** et **l'orange** avec le bleu qui sert comme bandeau pour afficher le logo MMI.

Ce bandeau bleu sera toujours utilisé de la manière suivante :

pour les **posts** insta, il se situe en **bas** du post avec le logo MMI centré

pour les **stories** insta, il se situe en **haut** de la story avec le logo MMI à droite.

Un **placeholder** est laissé au milieu afin de permettre l'ajout d'une **photo** en rapport avec l'événement en question.

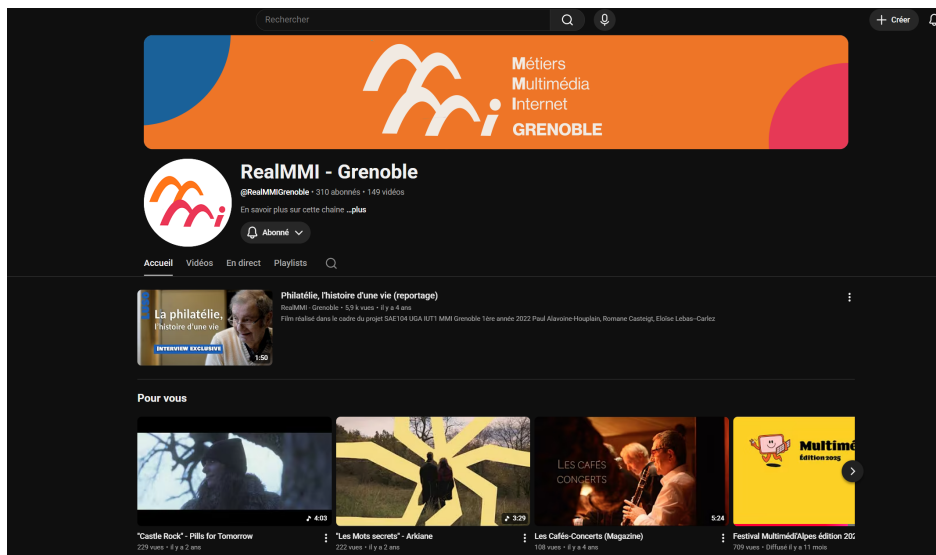
8.2 Pour les créations



Pour les **stories/post** pour les **créations** des étudiants MMI, le design est très différent. En effet, il est plus **minimaliste** avec un fond majoritairement blanc et quelques formes de couleurs, sans oublier les bandeaux bleus qui sont les mêmes que pour les événements.

Ce design a pour but de **mettre en avant les créations montrées** dans les posts/stories, ainsi le manque de couleurs/formes permet à l'œil de plus se concentrer sur la photo du projet présenté.

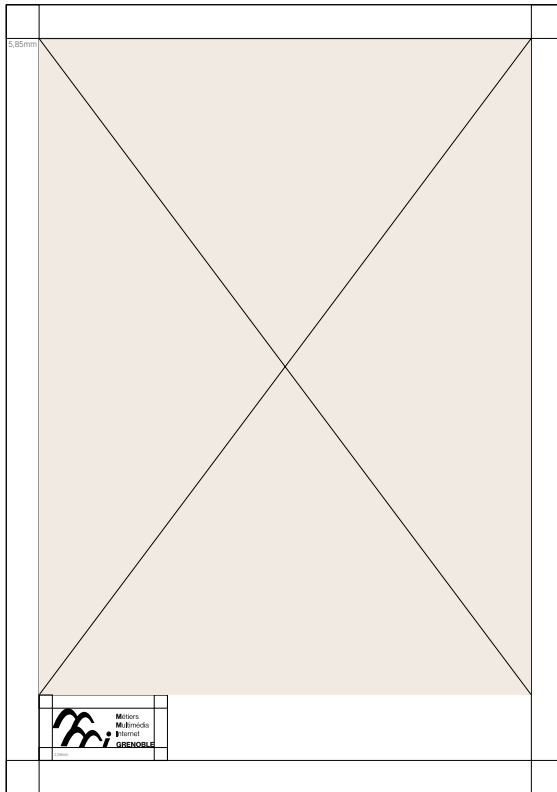
8.3 Le compte Youtube MMI



Nous avons pensé qu'il serait judicieux de mettre à jour la chaîne **Youtube RealMMI Grenoble** avec notre identité visuelle. Nous avons donc réalisé une **bannière Youtube** avec nos couleurs et les formes arrondies de notre identité, puis nous avons changé la **photo de profil** en plaçant la version colorée et petite du logo, la version textuelle du logo est inadaptée et illisible. La version colorée serait également **plus attirante** au regard et plus en lien avec le côté créatif que l'on veut transmettre.

9. DÉCLINAISONS PRINT

9.1 Template affiche



Voici le **modèle d'affiche** à utiliser pour les supports de communication du **BUT MMI**. Des marges ainsi que des zones de sécurité ont été définies afin de garantir une utilisation cohérente du logo et une bonne lisibilité de l'ensemble de la composition.

Le **logo** doit **impérativement** être positionné en **bas à gauche** de l'affiche. Cet emplacement permet de l'intégrer de manière discrète et équilibrée sans surcharger la mise en page. Il préserve également les espaces stratégiques destinés aux éléments principaux, notamment le titre situé en haut à gauche ainsi que les visuels et informations importants présents sur l'affiche. Cette disposition contribue à maintenir une **hiérarchie visuelle claire** tout en assurant une identification efficace de la formation.

9.2 Les affiches



Pour annoncer les **JPO**, nous avons conçu une **affiche** respectant notre **identité visuelle**. Cette affiche utilise les couleurs principales de la charte graphique ainsi que les formes géométriques définies dans l'univers visuel afin de garantir une cohérence avec les autres supports de communication.

Le **titre** est placé en **haut à gauche** afin de suivre le sens naturel de lecture. Sa taille importante permet de capter immédiatement l'attention et d'identifier rapidement l'événement.

La **partie droite** de l'affiche est occupée par un **visuel représentant une étudiante**. Ce choix permet au futur étudiant de s'identifier plus facilement à la formation. Les formes colorées en arrière-plan permettent de mettre en valeur le personnage tout en rappelant l'univers graphique de notre département.

Le **logo** de la formation est placé en **bas à gauche de l'affiche**. Cette position permet de l'intégrer naturellement dans la composition sans surcharger les zones destinées aux informations principales. Les **logos institutionnels** sont regroupés en **bas** de l'affiche afin de respecter la hiérarchie visuelle et de conserver une mise en page claire et équilibrée.

MÉTIER DU MULTIMÉDIA ET DE L'INTERNET



Nous pouvons voir ici un **“roll up” pour MMI**. On peut y voir un étudiant qui travaille sur un ordinateur, élément qui est partout dans notre **quotidien**. Tout étudiant MMI peut s'identifier à cette personne, **peu importe le parcours dans lequel il est**. Ce roll up sera majoritairement utilisé dans des **places publiques** ou des **salons** comme le salon de l'étudiant.



Nous avons réalisé une **brochure de présentation** de la formation, celle-ci pourrait être distribuée durant des salons, journées portes ouvertes ou dans des lycées pour faire connaître et expliquer la formation. On a choisi un design **simple** et **compréhensible**, tout en respectant la charte graphique de la formation. Les photos d'étudiants utilisant du matériel peuvent donner une idée rapide de ce qu'on fait en **MMI** et vont attirer le regard.



Ce flyer donne un **exemple de mise en page** pour une brochure mais pourrait être utilisé pour d'autres supports comme un flyer ou une brochure avec une autre utilité (information stage ou alternance par exemple).

9.3 Les mockups



Voici une idée d'utilisation du roll-up, **placé à l'entrée de l'IUT**. Cela sert à la **signalétique** du bâtiment afin que l'on puisse savoir quels départements sont présents dans le bâtiment. Il remplacerait celui qui s'y trouve actuellement, qui a de nombreux problèmes de contrastes et qui est obsolète car on trouve dessus l'ancien logo de l'IUT1, lui aussi quasiment illisible.

Notre proposition serait donc **lisible** et à jour avec le nouveau logo du département, (à noter qu'il serait possible d'ajouter le logo de l'IUT1).

	Oriane Mercier Enseignante en production audiovisuelle - IUT1 MMI Directrice des études BUT 3A MMI Bureau 138 - 1er étage 23 avenue des Martyrs, 38000 Grenoble
--	--

Voici un court exemple de **signature électronique**, qui peut être utilisé par les membres de MMI.



Ces mockups sont une représentation d'un **stand MMI Grenoble** qui pourrait être à un salon comme le **salon de l'étudiant** ou les **JPO**.

Nous pouvons voir à droite une des affiches qui a été présentée avant, puis à gauche une table et une bannière avec le logo **MMI Grenoble**.

Il existe **deux versions** pour ce stand : une en noir et blanc et une autre avec les couleurs de notre palette. Il est également possible d'utiliser le rouge à la place de l'orange, mais il est préférable d'éviter le bleu car il s'agit d'une couleur secondaire. Il est aussi possible de faire **des couleurs différentes** pour chacun des éléments, par exemple la table en rouge et la bannière en orange.



Voici une **carte de visite** utilisable par le personnel MMI. Elle peut être distribuée pendant des événements ou des **réunions professionnelles**.

Il est essentiel de respecter la direction artistique imposée, ainsi que l'emplacement des textes .

10. Merch

10.1 Le t-shirt



Le **t-shirt** présenté est disponible en deux versions : **blanc avec le logo en couleur et noir avec le logo en blanc**. Dans les deux cas, il n'y a pas de texte associé, le logo est seul. Nous l'allons mettre en grand afin de mettre en valeur le thème de grandeur expliqué précédemment.

10.2 Les accessoires



La tasse de café est un objet classique qui est souvent utilisé comme merci pour mettre des logos de marque. Il était donc essentiel que nous fassions une **tasse de café MMI** avec notre logo.



Nous avons réalisé une **clé USB** car nous pensons qu'il s'agit d'un objet important et très commun, ce qui est parfait si l'on souhaite vendre du merch.