

Délibération n° 2025-61 Charte graphique de l'UA

Le Conseil d'Administration de l'université des Antilles, dans sa séance du 3 juillet 2025, sous la présidence de Monsieur le Professeur Michel GEOFFROY, Président de l'université des Antilles,

Vu le livre VII du code de l'Education,
Vu les statuts de l'université des Antilles,

A délibéré :

Après s'être assuré du quorum, suite à la présentation et aux débats qui s'en sont suivis, le Président de l'université soumet la charte graphique de l'UA au vote des membres du Conseil d'Administration.

Résultat du vote :

Membres en exercice : 30	Pour : 27
Membres présents et représentés : 27	Contre : 0
Membres n'ayant pas pris part au vote : 0	Abstention : 0

La charte graphique de l'université des Antilles est approuvée à l'unanimité des membres présents et représentés du Conseil d'Administration.

Pour extrait certifié conforme,
Fait à Pointe-à-Pitre, le 4 juillet 2025

Le Président de l'université des Antilles



Pr. Michel GEOFFROY

Modalités de recours contre la présente délibération :

En application de l'article R.421-1 du code de justice administrative, le tribunal administratif peut être saisi par voie de recours formé contre la présente délibération, et ce, dans les deux mois à partir du jour de sa publication et de sa transmission à la rectrice, en cas de délibération à caractère réglementaire. Le tribunal administratif peut être saisi par l'application informatique « Télérecours Citoyens » accessible par le site internet www.telerecours.fr



Juin 2025



GUIDE D'UTILISATION ET PRINCIPES GRAPHIQUES DE L'IDENTITÉ VISUELLE DE L'UNIVERSITÉ DES ANTILLES





PRÉAMBULE

Ce document a pour objectif de poser les fondations d'une identité visuelle forte, cohérente et identifiable de l'Université des Antilles, au service de sa marque institutionnelle : Être formés ici, c'est briller partout.

La charte graphique établit un ensemble de règles simples et opérationnelles pour garantir une utilisation harmonisée du logo et des éléments visuels de l'UA sur l'ensemble des supports de communication, qu'ils soient destinés à un usage interne ou externe.

Elle définit les usages recommandés en matière de couleurs, typographies, éléments graphiques, gabarits et styles de mise en page. Ces principes contribuent à forger une image unifiée, professionnelle et reconnaissable de l'Université des Antilles, quel que soit le média utilisé.

L'enjeu est double :

- Renforcer la lisibilité et la cohérence de toutes les prises de parole de l'UA ;
- Porter une image de marque fidèle à ses valeurs : ancrage territorial, ouverture au monde, solidarité et excellence.

En suivant ces lignes directrices, chaque document, chaque visuel devient un vecteur de reconnaissance immédiate, un ambassadeur de la promesse UA. Ainsi, les publics de l'Université peuvent clairement identifier l'émetteur, reconnaître son ton et sa qualité, et associer chaque message à une institution crédible, engagée et rayonnante.

Pour tout usage ou format non prévu dans cette charte, une validation préalable est requise auprès du Service communication de l'UA. Toute demande d'adaptation ou d'exception doit être transmise par courrier électronique.



LE LOGOTYPE

Logo corporate	P.03
Logo de la Présidence.....	P.04
Construction et zone de confort	P.05
Logos de pôle : Guadeloupe & Martinique	P.06
Co-signatures des logos	P.07
Signatures mail.....	P.08
Utilisations sur fonds	P.09
Utilisations en réserve	P.10
Les interdits	P.11

01

Le logotype

LOGO CORPORATE

La région du globe terrestre englobant nos territoires antillais est symbolisée par un arc de cercle inspiré de l'**arc caribéen**, auquel appartiennent les Antilles françaises. Cet arc évoque l'universalité et illustre pleinement l'ambition **d'ouverture au monde** portée par l'Université des Antilles. La dimension des territoires est un élément fort de l'Université des Antilles afin d'affirmer sa spécificité, **les deux pôles universitaires** qui composent l'UA sont représentés par des perles colorées, ils sont parfaitement intégrés dans la forme.

Le logotype est composé :

- D'un arc de cercle représentant l'arc caribéen
- De deux perles colorées représentant le pôle Guadeloupe et le pôle Martinique
- De la dénomination «Université des Antilles»
- De la promesse «Être formés ici, c'est briller partout».

Indissociables ils forment un tout.

TAILLE MINIMALE D'UTILISATION



En dessous de cette taille la lecture de l'identité n'est plus considérée comme optimale et est fortement déconseillée.

20mm



VERSION MONOCHROME

La version monochrome est à appliquer pour les supports ou la quadrichromie n'est pas permise.

01

Le logotype

LOGO DE LA PRÉSIDENTENCE

Le logo présenté ci-contre est celui de la Présidence de l'Université des Antilles. Il est exclusivement utilisé dans le cadre des correspondances et documents officiels émanant de la Présidence.

Son usage est strictement réservé à la Présidence et à son cabinet.

TAILLE MINIMALE D'UTILISATION



20mm

En dessous de cette taille la lecture de l'identité n'est plus considérée comme optimale et est fortement déconseillée.



CONSTRUCTION ET ZONE DE CONFORT

La construction du logo est normée, elle s'articule à partir de ratios prédéfinis qui lui donnent son équilibre. Tous les éléments de construction sont figés et ne doivent en aucun cas être modifiés.

La zone de protection définit la distance optimale qui entoure le logo (d'un bord de page, d'une photo, d'un texte, d'un autre logo, etc.) ;

- Cette zone est proportionnelle à la taille du logo ;
- La taille de la protection est calculée sur la base de la largeur des "deux perles" juxtaposées, la zone de protection s'ajuste selon le schéma ci-contre.

Aucun élément graphique ne doit apparaître dans la zone autour du logo.

LA ZONE DE PROTECTION

La zone de protection équivalente à deux perles juxtaposées a pour rôle de protéger le logo de toutes perturbations. Nous proposons deux types de zones d'exclusions, une de base carrée et l'autre circulaire. Les utilisations seront développées dans la partie : Utilisation sur fonds et réserve (P.06)



01

Le logotype

LOGOS DE PÔLE : GUADELOUPE & MARTINIQUE

Les deux pôles universitaires de Guadeloupe et de Martinique possèdent une liberté d'action dans les domaines pédagogiques et scientifiques, conférée par les pouvoirs décisionnels de son conseil de pôle, de sa commission formation et vie universitaire et de sa commission recherche.

Chaque pôle bénéficie donc, d'une déclinaison qui lui est propre.

La filiation avec le logo corporate est très forte afin de marquer l'appartenance à une même entité.

Seules les dénominations des pôles marquent cette différenciation via des codes couleurs dédiés, en lien avec les "perles de couleurs" qui symbolisent les deux pôles universitaires.

Présence aussi du slogan de l'université: "être formé ici c'est briller partout"

TAILLES MINIMALES D'UTILISATION



En dessous de cette taille la lecture de l'identité n'est plus considérée comme optimale et est fortement déconseillée.



VERSION MONOCHROME

La version monochrome est à appliquer pour les supports ou la quadrichromie n'est pas permise.

01

Le logotype

CO-SIGNATURES DES LOGOS

Les règles ci-contre permettent de faire coexister le logo de l'Université des Antilles, ou de ses pôles, avec d'autres logos partenaires.

Aucun élément graphique ne doit apparaître dans la zone de positionnement prédéfinie à côté du logo.

LA ZONE DE POSITIONNEMENT

Le logo associé est centré sur la hauteur du logo de l'Université des Antilles ou de ses pôles. On définit une "zone neutre" à partir de la hauteur des bas-de-casse (lettres minuscules) du logo, cette mesure compose l'espace nécessaire à une bonne lisibilité et à un minimum d'interférences entre les identités.



**MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

01

Le logotype

SIGNATURES MAIL



Marc ALBERT

Fonction
Service ou composante

P: +690-00 00 00
F : +590-48 00 00
marc.albert@univ-antilles.fr

Campus universitaire de Fouillole
BP 250 - 97159 Ponte-à-Pitre cedex
www.univ-antilles.fr



Jean ROMAIN

Fonction
Service ou composante

P: +690-00 00 00
F : +590-48 00 00
jean.romain@univ-antilles.fr

Campus universitaire de Camp Jacob
97120 Rte du Camp Jacob
www.univ-antilles.fr



Anne MARTINOT

Fonction
Service ou composante

P : +696-00 00 00
F : +596-00 00 00
anne.martinot@univ-antilles.fr

Campus universitaire de Schoelcher
P 7209 - 97275 Schoelcher cedex
www.univ-antilles.fr

01

Le logotype

UTILISATIONS SUR FONDS

Le logo de l'Université des Antilles, tout comme ceux de ses pôles, s'utilisent systématiquement avec la pastille blanche, à l'exception de leur déclinaison en version intégralement blanche dans le cadre des utilisations en réserve.



01

Le logotype

UTILISATIONS EN RÉSERVE

Le logo dit en réserve (ou en défoncé) permet d'exploiter l'identité sur des fonds dont les tons ne permettent pas une exploitation couleur.

Le logo devient alors intégralement blanc.

Cette version du logo permet de l'utiliser sur la plupart des fonds foncés, contrastés.

Le choix de la réserve ou de la zone de confort doit toujours se faire en fonction du critère de lisibilité optimale de l'identité.

Vous pouvez faire, valider vos choix par le service communication de l'université des Antilles : communication@univ-antilles.fr



01

Le logotype

LES INTERDITS

Par souci de cohérence, le logo de l'Université des Antilles est soumis à des règles strictes qui devront s'appliquer sur tous les supports de communication.

Vous trouverez ci-contre un rappel de la plupart des utilisations interdites.

En cas de doute faites valider vos choix par le service communication de l'université des Antilles : communication@univ-antilles.fr



Utilisation sur un fond qui nuit à la lisibilité.



Utilisation sur un fond qui compose le logo



Changement de couleurs



Déformation du logo



Modification du logo



Utilisation du nom seul



Modification de positionnement de la mention polaire



Modification de typographie



TYPOGRAPHIES

Typographies & usages.....P.13

Applications typographiquesP.14

02

Typographies

TYPOGRAPHIES & USAGES

Vous trouverez ci-dessous les typographies recommandées. Privilégiez l'utilisation des polices Sublima ou Open Sans. À défaut, vous pouvez utiliser **Aptos** comme police de substitution.

SUBLIMA

Sublima ExtraLight
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

Sublima ExtraLight Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

Sublima ExtraBold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

Sublima ExtraBold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

- Typographie pour logo
- Typographie pour titres

APTOS

Aptos Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

Aptos Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

Aptos Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

Aptos Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

- Typographie pour texte
- Typographie pour sous-titres

OPEN SANS

Open Sans Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

Open Sans Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

Open Sans Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

Open Sans Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789, ; : ! ? . / Ê Ë Ë À Ç & @ # % & ' () * + -

- La typographie pour supports numériques

Typographie : Sublima ExtraBold

Typographie pour titres

LOREM IPSUM

Typographie : Aptos Bold

Typographie pour sous-titres

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Typographie : Aptos Regular

Typographie pour texte

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



COULEURS

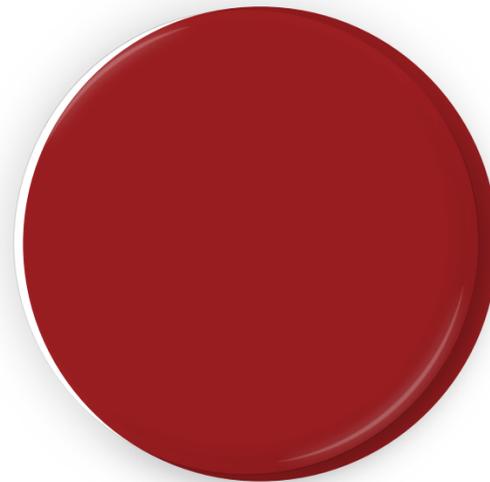
Couleurs institutionnelles.....P.16

COULEURS INSTITUTIONNELLES

LES COULEURS PRINCIPALES

Pour chacune des couleurs institutionnelles, vous trouverez **les références** précises des déclinaisons à utiliser selon les besoins graphiques, avec **les codes CMJN, RVB, Pantone et HEX** correspondants, garantissant une application fidèle des couleurs.

- **Nectar Guadeloupe** : Chaleureux, dynamique, rayonnant.
- **Grenat Martinique** : Intense, culturel, structuré

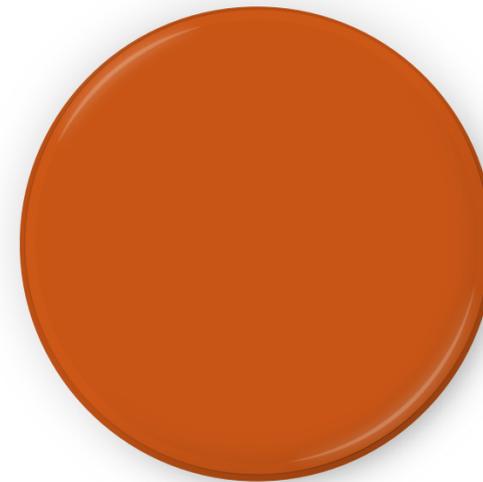


GRENAT MARTINIQUE

CYAN : 0%
MAGENTA : 81%
JAUNE : 79%
NOIR : 39%

ROUGE : 155
VERT : 30
BLEU : 33

PANTONE : 7622 CP



NECTAR GUADELOUPE

CYAN: 0%
MAGENTA : 57%
JAUNE : 89%
NOIR: 20%

ROUGE: 204
VERT: 87
BLEU: 23

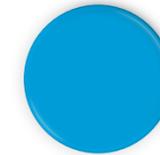
PANTONE : 159 C



GRENAT MARTINIQUE
HEX : #9B1E21



NECTAR GUADELOUPE
HEX : #CC5717



BLEU LAGON
HEX : #00A0DC



BLEU OUTREMER
HEX : #202E56



DÉGRADÉ DE BLEU
HEX : (50%) #00A0DC
HEX : (50%) #1107A0

03

Couleurs

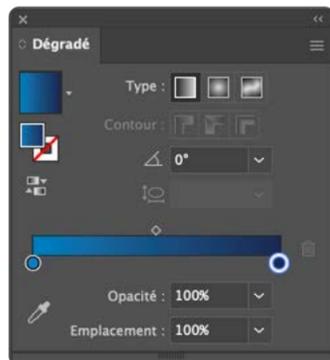
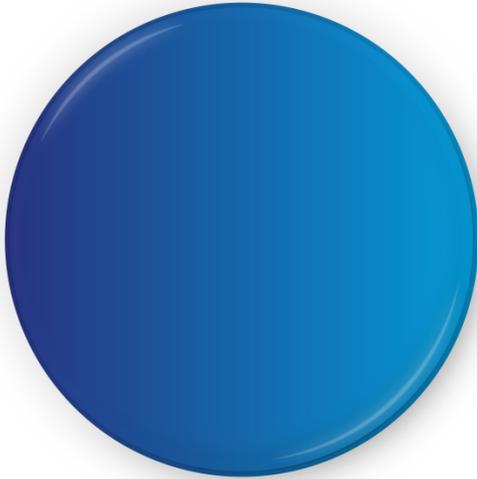
COULEURS INSTITUTIONNELLES

LES COULEURS PRINCIPALES

BLEU, Grenat, Nectar sont les **couleurs identitaires de l'Université des Antilles** mais l'ensemble des documents ne doit les utiliser que par petites touches ou de manière exceptionnelle **pour valoriser les informations importantes** associées à l'Université.

- **Bleu dégradé** : Ces nuances de bleu ont été choisies pour leur luminosité et la plénitude qu'elles évoquent.

Voir palette ci-dessous pour créer le dégradé à partir des 2 bleus :

DÉGRADÉ DE BLEU
50 % de bleu Lagon +
50% de bleu Outremer

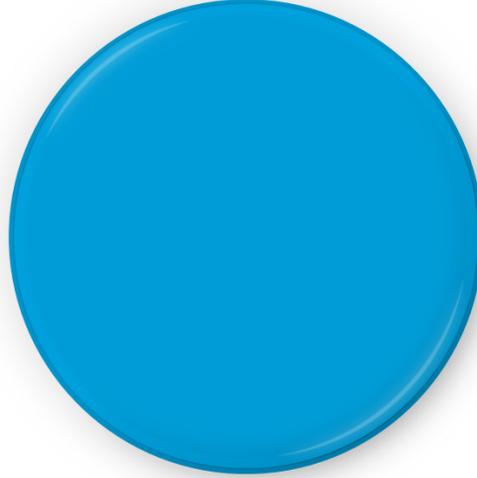


BLEU OUTREMER

CYAN: 100%
MAGENTA : 84%
JAUNE : 0%
NOIR: 50%

ROUGE: 0
VERT: 37
BLEU: 93

PANTONE : Blue 072 C



BLEU LAGON

CYAN: 100%
MAGENTA : 25%
JAUNE : 0%
NOIR: 0%

ROUGE: 0
VERT: 134
BLEU: 203

PANTONE : 299 C



04

BUREAUTIQUE

Papier et suite de lettre	P.19
Cartes de visites classique.....	P.22
Communiqué de presse.....	P.25
Communiqué de presse de la Présidence....	P.26
Powerpoint corporate.....	P.27

Règles de mise en page et tailles de caractères.**1****Référence**

Police Aptos Bold, taille 8 pts, interligne automatique.
Tout en majuscules (CAPS).

Codification

Police Aptos Regular, taille 8 pts, interligne automatique.
Tout en majuscules et chiffres, aligné à gauche.

2**Mention "Dossier suivi par :"**

Police Aptos Bold, taille 8 pts, interligne automatique.

Prénom et nom (ex. Prénom NOM)

Police Aptos Regular, taille 8 pts, interligne automatique.
En majuscules et minuscules (pas tout en majuscules),
aligné à gauche.

Téléphone

Ex. Tél. 1 : 0690 00 00 00

Police Aptos Regular, taille 8 pts, interligne automatique.
Idem pour Tél. 2, s'il y en a un.

Adresse e-mail (ex. nom@univ-antilles.fr)

Police Aptos Italic, taille 8 pts, interligne automatique.

3**Nom "Université des Antilles" :**

Police Sublima, taille 8 pts, interligne automatique.

Nom de la division (ex. Direction, Service, etc.) :

Police Aptos Bold, taille 8 pts, interligne automatique.

Adresse :

Police Aptos Regular, taille 8 pts, interligne automatique.
En majuscules et minuscules (pas tout en majuscules),
alignée à gauche.

Site internet :

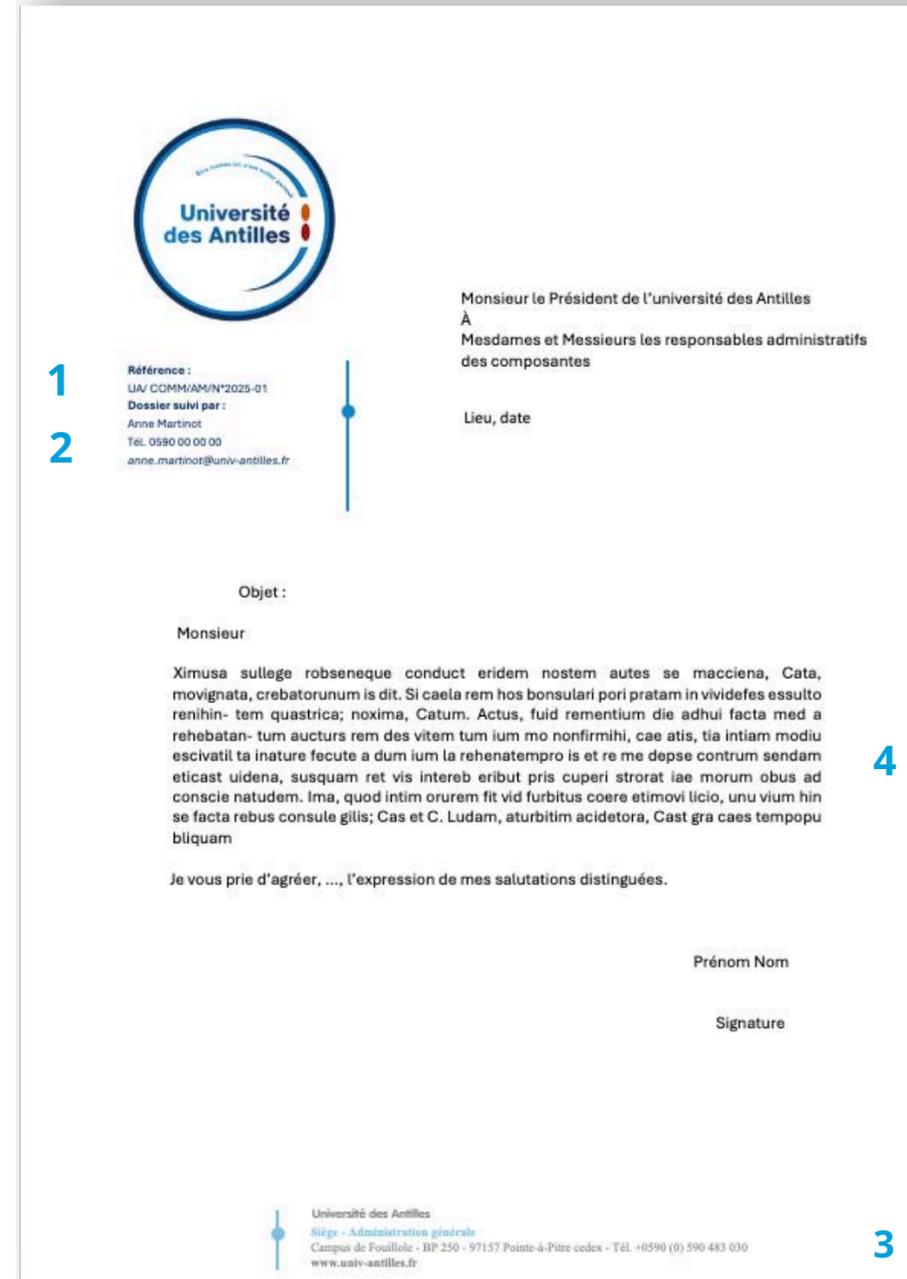
Police Aptos Bold, taille 8 pts, interligne automatique.

Numéro de page (uniquement pour les suites de lettres) :

Police Aptos Regular, taille 8 pts.

4**Texte courant**

Police Aptos Regular, taille 11 pts, interligne automatique.
Alignement : justifié.
Marge : 1 cm



PAPIER ET SUITE DE LETTRE

Pôle Guadeloupe



Référence :
 UAV COMM/AM/N°2025-01
Dossier suivi par :
 Anne Martinot
 Tél. 0590 00 00 00
 anne.martinot@univ-antilles.fr

Madame la Vice-Présidente du Pôle Guadeloupe
 À
 Mesdames et Messieurs les responsables administratifs
 des composantes

Lieu, date

Objet :

Monsieur

Ximusa sullege robseneque conduct eridem nostem autes se macciena, Cata, movignata, crebatorunum is dit. Si caela rem hos bonsulari pori pratam in vividefes essulto renihin- tem quastrica; noxima, Catum. Actus, fuid rementium die adhui facta med a rehebatan- tum aucturs rem des vitem tum ium mo nonfirmihi, cae atis, tia intiam modiu escivatil ta inature fecute a dum ium la rehenatempo is et re me depse contrum sendam eticasc uidena, susquam ret vis intereb eribut pris cuperi storat iae morum obus ad conscie natudem. Ima, quod intim orurem fit vid furbitus coere etimovi licio, unu vium hin se facta rebus consule gilis; Cas et C. Ludam, aturbitim acidetora, Cast gra caes tempopu bliquam

Je vous prie d'agréer, ..., l'expression de mes salutations distingu es.

Prénom Nom

Signature

Université des Antilles
 Siège - Administration générale
 Campus de Fouillole - BP 250 - 97157 Pointe- -Pitre cedex - Tél. +0590 (0) 590 483 030
 www.univ-antilles.fr

Pôle Martinique



Référence :
 UAV COMM/AM/N°2025-01
Dossier suivi par :
 Anne Martinot
 Tél. 0596 00 00 00
 anne.martinot@univ-antilles.fr

Monsieur le Vice-Président du Pôle Martinique
  
 Mesdames et Messieurs les responsables administratifs
 des composantes

Lieu, date

Objet :

Monsieur

Ximusa sullege robseneque conduct eridem nostem autes se macciena, Cata, movignata, crebatorunum is dit. Si caela rem hos bonsulari pori pratam in vividefes essulto renihin- tem quastrica; noxima, Catum. Actus, fuid rementium die adhui facta med a rehebatan- tum aucturs rem des vitem tum ium mo nonfirmihi, cae atis, tia intiam modiu escivatil ta inature fecute a dum ium la rehenatempo is et re me depse contrum sendam eticasc uidena, susquam ret vis intereb eribut pris cuperi storat iae morum obus ad conscie natudem. Ima, quod intim orurem fit vid furbitus coere etimovi licio, unu vium hin se facta rebus consule gilis; Cas et C. Ludam, aturbitim acidetora, Cast gra caes tempopu bliquam

Je vous prie d'agréer, ..., l'expression de mes salutations distingu es.

Prénom Nom

Signature

Université des Antilles
 Siège - Administration générale
 Campus de Fouillole - BP 250 - 97157 Pointe- -Pitre cedex - Tél. +0590 (0) 590 483 030
 www.univ-antilles.fr

CARTES DE VISITES CLASSIQUES

Règles de mise en page et tailles de caractères

La mise en page des cartes de visite et des supports de correspondance est décrite ci-contre.

Les modèles destinés aux pôles Guadeloupe et Martinique suivent le même principe graphique.

Tous les textes présents sur ces supports sont alignés à gauche (fer à gauche).

Tous les éléments doivent respecter une marge intérieure de 4,5 mm sur chaque bord.

1

Prénom Nom :

Police Aptos, taille 10 pts, interligne automatique.
Majuscules et minuscules (CAP et bas de casse), sur une même ligne.
Exception : si le nom est trop long, il est possible de placer le prénom et le nom sur deux lignes.

Fonction :

Police Aptos, taille 8 pts, interligne automatique, CAP et bas de casse.

Service :

Police Aptos, taille 8 pts, interligne automatique, CAP et bas de casse.

2

Tél. :

Police Aptos, taille 7 pts, interligne automatique.

Fax :

Police Aptos, taille 7 pts, interligne automatique.

E-mail (ex. nom@univ-antilles.fr) :

Police Aptos, taille 7 pts, interligne automatique.

3

Campus :

Police Aptos, taille 7 pts, interligne automatique, CAP et bas de casse.

Adresse :

Police Aptos, taille 7 pts, interligne automatique, tout en majuscules.

Site internet :

Police Aptos, taille 7 pts, interligne automatique, tout en bas de casse.

CARTES DE VISITES CLASSIQUES



CARTES DE VISITES CLASSIQUES (VERSION PÔLES)

Pôle Guadeloupe



Pôle Martinique



Préconisation papier :
Rives reflexion extra-blanc 250 g
Impression quadrichromie recto
Pelliculage Mat soft touch

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

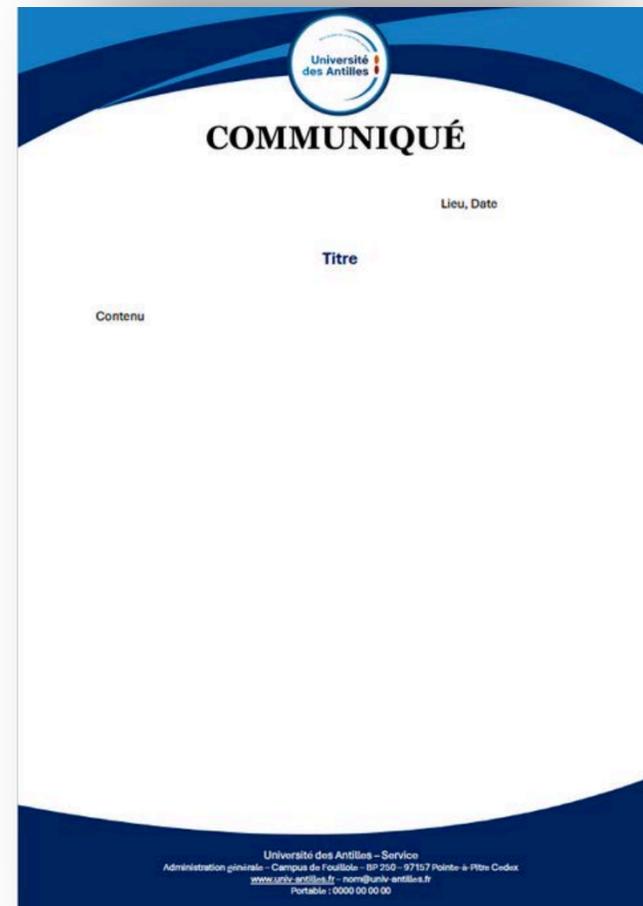
Règles de mise en page et tailles de caractères

Le communiqué de presse doit respecter les consignes suivantes :

- Le corps du texte est rédigé en police Aptos, taille 12 pt, interligne automatique.
- Le titre doit être en gras (Aptos Bold), taille 16 pt.
- L'ensemble du texte doit être justifié.

Les communiqués destinés aux pôles Guadeloupe et Martinique suivent le même principe graphique.

Le service communication de l'Université des Antilles se tient à votre disposition pour vous accompagner dans la mise en page de vos communiqués et la gestion de vos relations médias.



Pôle Guadeloupe



Pôle Martinique

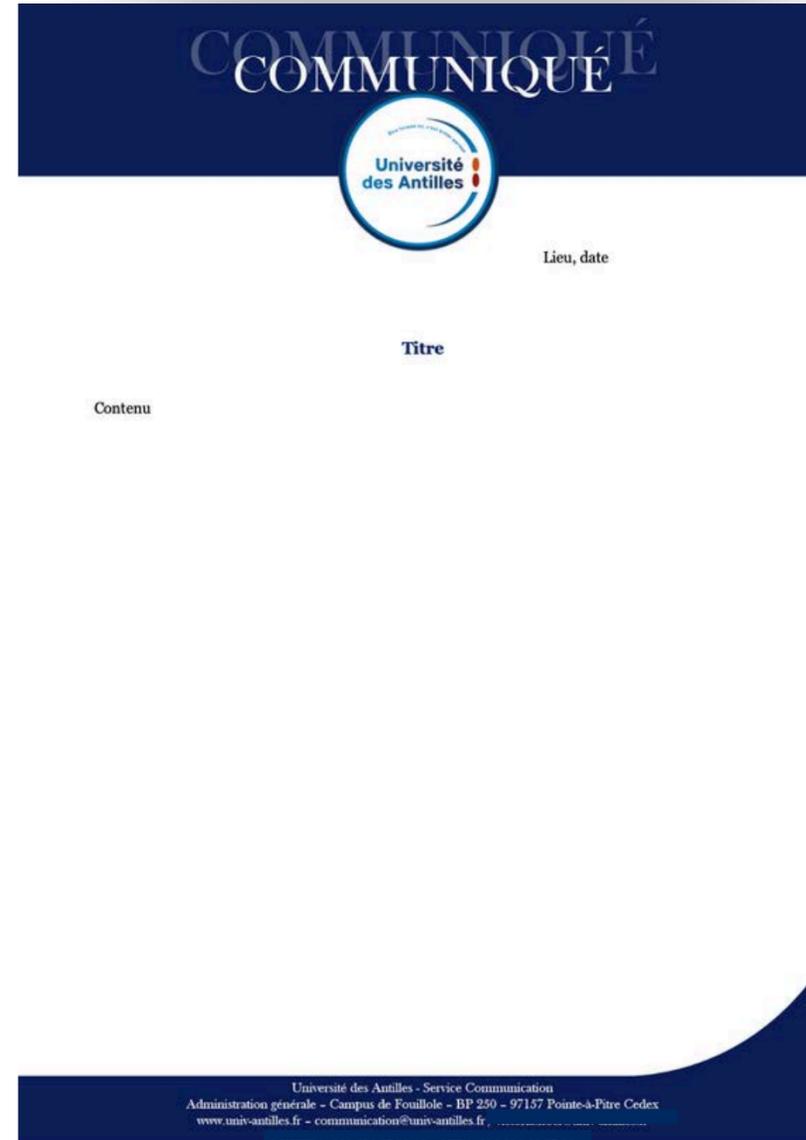


COMMUNIQUÉ DE PRESSE DE LA PRÉSIDENTE

Le modèle du communiqué de presse présenté ci-contre est strictement réservé à l'usage de la Présidence de l'Université des Antilles et de son cabinet.

Il respecte les consignes suivantes :

- Le corps du texte est rédigé en police Georgia, taille 11 pt, interligne automatique.
- Le titre est en gras (Georgia Bold), taille 12 pt.
- L'ensemble du texte est justifié.



04

Bureautique

POWERPOINT CORPORATE

Principe de slide d'ouverture de présentation ppt



Slide de chapitre



Slide type



Slide avec image



Slide de fin de présentation





05

TONALITÉ

Positionnement de la voix	P.29
Vocabulaire clé et champs lexicaux	P.30
Structure type d'un message	P.31
Exemples de messages	P.32

POSITIONNEMENT DE LA VOIX

La voix de l'Université des Antilles incarne une institution moderne, ouverte et enracinée dans ses deux territoires.

Elle doit transmettre un **sentiment de confiance, de proximité et d'engagement envers ses publics variés** (étudiants, personnels, partenaires, grand public).

Le ton utilisé est **institutionnel mais accessible**. Le langage doit rester clair, inclusif, sans être trop familier. Il convient de maintenir une certaine rigueur tout en évitant les formulations trop complexes ou bureaucratiques.

Le vouvoiement est recommandé dans les communications officielles, avec les partenaires, les enseignants, ou pour les supports imprimés. Le tutoiement peut être utilisé dans les contenus à destination des étudiants sur les réseaux sociaux, afin de **renforcer l'engagement et la proximité**.

VOCABULAIRE CLÉ ET CHAMPS LEXICAUX

Le choix des **mots participe** activement à l'identité de l'université. Il est donc essentiel de privilégier un vocabulaire qui met en avant les principes fondateurs de l'Université des Antilles :

- Ancrage territorial,
- Ouverture au monde,
- Excellence,
- Solidarité.

Le choix des mots participe activement à l'identité de l'université.

Exemples de mots et d'expressions à favoriser :

Ouverture, territoires, réussite, engagement, Caraïbe, formation, avenir, rayonnement, recherche, accompagnement, jeunesse, talents, "Lieu-Monde", "Être formés ici, c'est briller partout".

À l'inverse, il faut éviter :

- Le langage technique ou administratif (ex. : "usager", "modalités réglementaires") dans les supports grand public.
- Le jargon interne ou académique non explicité.
- Les tournures impersonnelles ou trop froides.

STRUCTURE TYPE D'UN MESSAGE

Pour renforcer l'efficacité et **l'homogénéité des communications**, chaque message devrait suivre une structure simple.

1

ACCROCHE

Une phrase courte et percutante qui capte l'attention. Elle peut évoquer un avantage, une émotion ou une situation concrète.

Exemple : « Étudiant.e.s, nous vous proposons une opportunité concrète qui pourrait changer votre parcours. »

2

VALEUR AJOUTÉE

Le développement de l'information avec des éléments concrets. Il s'agit de répondre à la question "En quoi cela me concerne-t-il ?".

Par exemple : « Ce colloque s'inscrit dans une dynamique de réflexion partagée, au cœur des missions de l'Université des Antilles. »

3

APPEL À L'ACTION

Une invitation explicite : "Rejoins-nous", "Inscris-toi", "Télécharge le programme", etc. Il doit être clair et orienté vers une action immédiate.

« Découvrez le programme complet et inscrivez-vous en ligne dès maintenant ! » ou « Rendez-vous le X à l'amphithéâtre X. »

EXEMPLES DE MESSAGES TYPES

Pour les étudiants :

L'Université des Antilles s'engage pleinement en faveur des jeunes talents de ses territoires.

Choisir l'UA, c'est faire le pari d'une formation d'excellence, ancrée ici, ouverte sur le monde.

Être formés ici, c'est briller partout.

Pour les partenaires institutionnels :

Forte de ses deux pôles en Guadeloupe et en Martinique, l'Université des Antilles développe une recherche engagée, au cœur des enjeux caribéens.

Aux côtés de ses partenaires, l'UA oeuvre en faveur de l'avenir de ses territoires, en mobilisant une expertise reconnue et des collaborations solides.

Pour les réseaux sociaux :

Portes ouvertes sur nos campus !

Découvrez la vie universitaire à l'UA, nos filières, nos équipes et nos projets. Une journée pour explorer et poser tes questions !



ICONOGRAPHIE, MOTIFS ET VISUELS

Lignes directrices pour les photosP.34
Pictogrammes et texturesP.35
Visuels réseaux sociauxP.39

LIGNES DIRECTRICES POUR LES PHOTOS

Les photographies utilisées dans les supports de communication de l'Université des Antilles doivent **refléter l'identité, les valeurs et la diversité de l'établissement.**

Elles doivent transmettre un sentiment d'ouverture, de **dynamisme**, d'inclusion et d'excellence.

RECOMMANDATIONS :

- Privilégier des visuels authentiques, représentant de véritables étudiants, enseignants et lieux de vie des campus.
- Mettre en valeur la diversité culturelle et générationnelle de la communauté universitaire.
- Favoriser la lumière naturelle, des compositions lumineuses, positives et professionnelles.
- Représenter des scènes de vie étudiante active, de recherche, d'enseignement, ou encore des partenariats institutionnels.
- Les photos doivent être nettes, en haute définition, et respecter les droits à l'image.

À ÉVITER :

- Les photos floues, mal cadrées ou trop sombres.
- Les banques d'images génériques sans lien avec le territoire ou les activités de l'université.
- Les images qui véhiculent des stéréotypes ou une image figée et élitiste.

06

Iconographie, motifs et visuels

LIGNES DIRECTRICES POUR LES PHOTOS



LIGNES DIRECTRICES POUR LES PHOTOS

2. Instagram

- Composition : Photos dynamiques, spontanées et attractives. Axées sur la vie étudiante, le campus et les interactions sociales (étudiants en groupes, activités sportives, culturelles ou festives).
- Objectifs : Renforcer l'attractivité auprès des jeunes, créer une image dynamique et chaleureuse de l'université, favoriser l'engagement communautaire.
- Style : Jeune, vivant et coloré. Photos prises sur le vif, angles variés (plongée, contre-plongée, effets bokeh). Palette chaleureuse et vibrante conforme à la charte graphique de l'université.



LIGNES DIRECTRICES POUR LES PHOTOS

1. LinkedIn

- Composition : Photos institutionnelles mettant en avant la vie professionnelle et académique de l'université. Cadres formels (amphithéâtres, conférences, colloques, laboratoires).
- Objectifs : Valoriser l'expertise, les événements académiques, la recherche et les partenariats professionnels de l'université.
- Style : Professionnel, net et lumineux avec un rendu authentique. Utiliser des plans moyens ou larges pour bien situer les contextes. Couleurs sobres et institutionnelles en cohérence avec la charte graphique.



PICTOGRAMMES ET TEXTURES

Les pictogrammes participent à la lisibilité et à la modernité des supports. Ils doivent être utilisés de manière cohérente avec la charte graphique, dans un style épuré.



Recommandations :

- Utiliser un style de pictogrammes linéaire, simple, sans surcharge décorative.
- Employer une épaisseur de trait constante pour garantir une cohérence graphique.
- Les pictogrammes peuvent être utilisés en bleu institutionnel, noir, blanc, ou dans les couleurs secondaires, selon le fond.
- Ils doivent être homogènes entre eux (même style et même origine graphique).

À éviter :

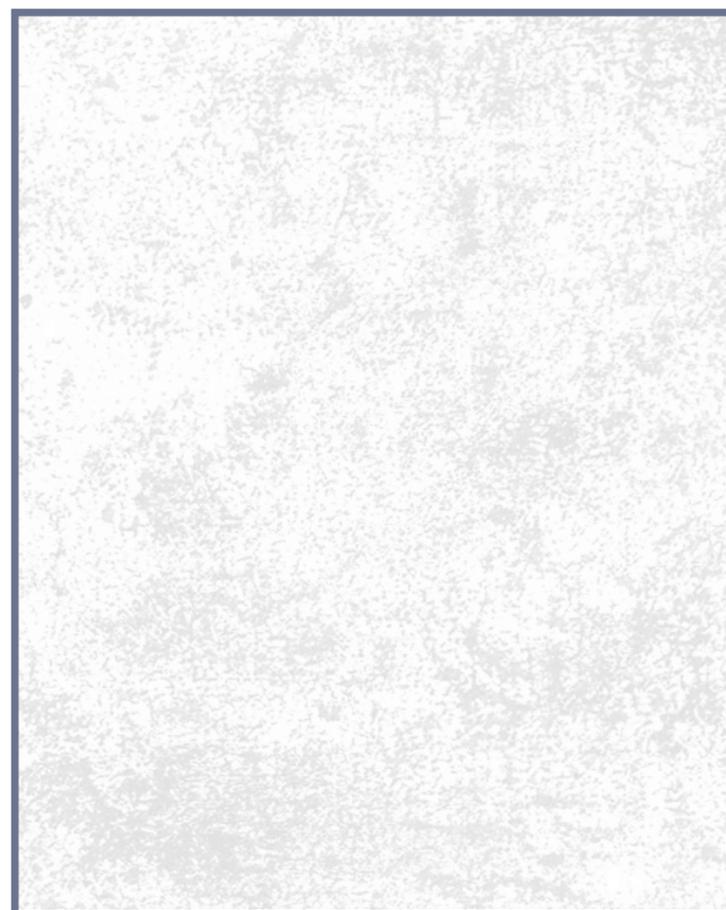
- Mélanger différents styles de pictogrammes sur un même support.
- Utiliser des pictogrammes trop complexes ou difficilement identifiables.

PICTOGRAMMES ET TEXTURES

Les textures et motifs doivent être discrets, organiques ou géométriques, **inspirés de formes circulaires du logo** ou naturelles.

Les dégradés peuvent être utilisés en arrière-plan ou **en aplat avec modération**, pour structurer les compositions sans nuire à la lisibilité.

Bonnes pratiques : respecter la zone de confort du logo, la hiérarchie visuelle et la lisibilité sur tous supports.



Textured grunge transparent



Dégradé de bleu

VISUELS RÉSEAUX SOCIAUX

Pour garantir la **cohérence visuelle** de l'ensemble des supports de communication, il est impératif d'utiliser les polices définies dans la charte graphique.

Ces polices ont été sélectionnées pour leur lisibilité, leur compatibilité multi-supports (imprimés, écrans, signalétique) et leur adéquation avec l'identité de l'université.
(Cf. Typographies & usages P. 10)

Leur usage contribue à préserver une **harmonie graphique** dans toutes les déclinaisons de communication (affiches, flyers, présentations, publications web...).

Publication Instagram format 4:3 (1080 × 1350 px)



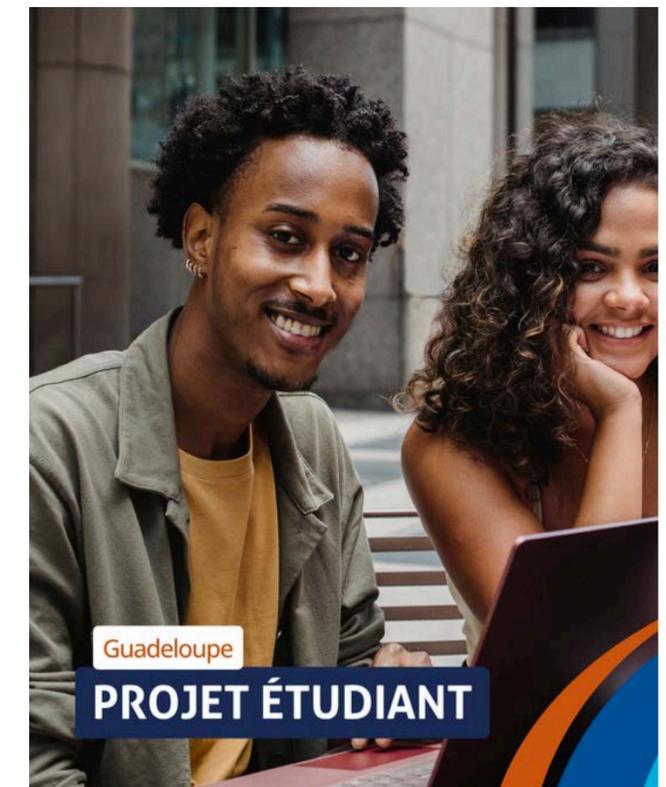
Pour renforcer le positionnement et les missions de l'université (ex : filières disponibles).

Publication Instagram format 4:3 (1080 × 1350 px)



Pour partager des informations institutionnelles (ex : extrait de discours).

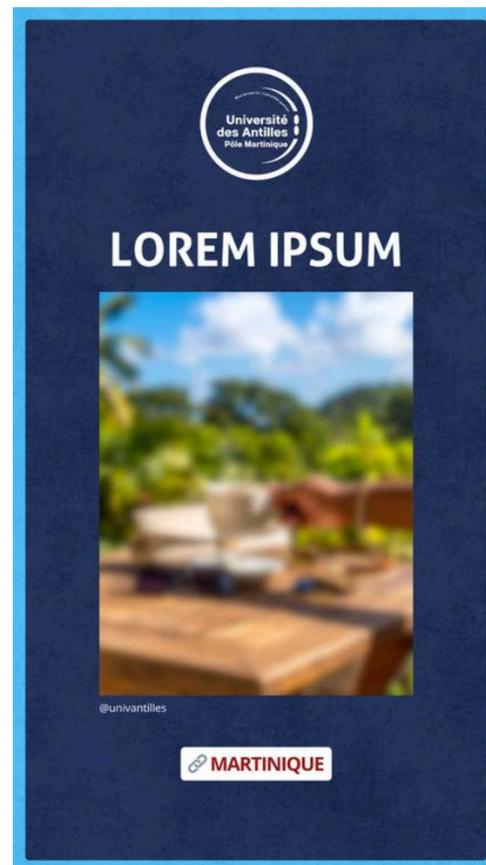
Publication Instagram format 4:3 (1080 × 1350 px)



Pour mettre en avant les étudiants, leurs filières, leurs accomplissements, ainsi que leur présence sur les différents campus (Martinique, Guadeloupe).

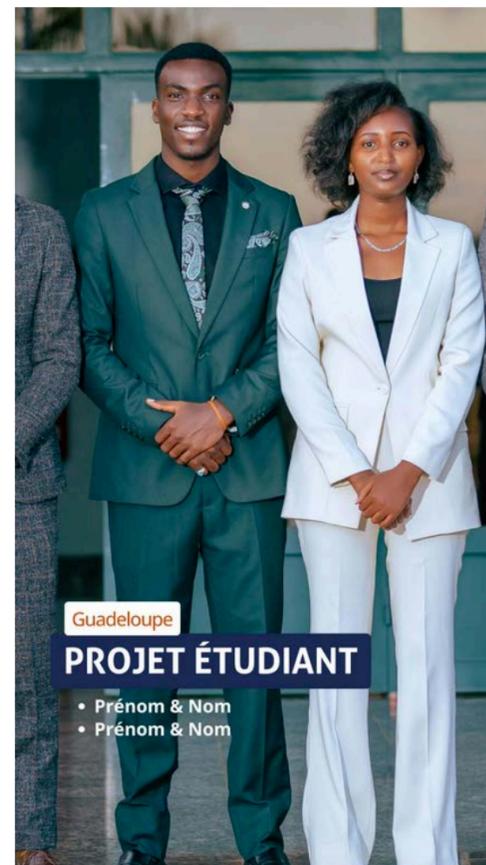
VISUELS RÉSEAUX SOCIAUX

Story Instagram (1080 × 1920 px)



Visuel conforme à la charte, titre en lien avec la publication et lien de redirection vers le site, un formulaire ou toute ressource utile.

Story Instagram (1080 × 1920 px)



Visuel à privilégier pour le partage d'événements en story : identifier les personnes présentes et préciser le campus où se déroule l'événement.

Story Instagram (1080 × 1920 px)



Pour le partage d'informations textuelles, privilégier ce format de story : utiliser les couleurs et logos propres au campus concerné ; dans les autres cas, conserver les nuances de bleu de l'université.

Bulle story à la une (1080 × 1080 px)



Emplois
étudiants



Aides



Communiqué



Étudiant(e)s



Filières



Événements

Stories à la une permettent de présenter des informations clés de façon claire et durable. Leur contenu doit être pertinent, régulièrement mis à jour et conforme à l'identité visuelle définie par la charte graphique.

VISUELS RÉSEAUX SOCIAUX

Carrousel Instagram (4320 × 1920 px)



L'utilisation du **format carrousel sur Instagram** permet de valoriser les contenus de manière **structurée et pédagogique**. Il offre la possibilité de diffuser plusieurs informations dans une seule publication, en facilitant la lecture progressive et l'engagement de l'audience.

Ce format permet de présenter des données, des témoignages, des événements ou des étapes (ex. : procédure d'inscription) de façon claire, dynamique et cohérente avec la charte graphique.

VISUELS RÉSEAUX SOCIAUX

Le visuel retenu pour les bannières Facebook et LinkedIn met en valeur un **amphithéâtre rempli**, illustrant le dynamisme, l'engagement et la mission pédagogique de l'Université des Antilles.

Le message fort « Être formés ici, c'est briller partout » exprime clairement la volonté de l'établissement de former aux Antilles des talents capables de rayonner à l'échelle régionale et internationale.

Le choix de maintenir une même bannière sur plusieurs plateformes répond à un objectif de **cohérence visuelle et de reconnaissance immédiate**.

Cette uniformité renforce l'identité institutionnelle et garantit une présence **harmonieuse et professionnelle** sur l'ensemble des canaux de communication.

Bannière Facebook (820 x 312 px)



Bannière LinkedIn (1584 x 396 px)





APPLICATION PRINT

Flyer A5 et Affiche A3P.45
Roll-up 85x200 cmP.46

FLYER A5 & AFFICHE A3

Les supports imprimés de type flyers (format A5) et affiches (format A3) sont des outils essentiels de la communication institutionnelle.

Ils doivent respecter les principes d'identité visuelle définis dans la charte :

- Utilisation du logo officiel dans sa version adaptée (couleur, réserve, zone de confort).
- Respect des polices typographiques définies.
- Intégration cohérente des couleurs de la palette officielle.
- Hiérarchisation claire des informations (URL, dates, contacts...)

Les visuels doivent être choisis avec soin : ils doivent **refléter la diversité, le dynamisme et l'accessibilité de l'université.** L'ensemble du contenu doit favoriser la lisibilité, quel que soit le format.



Affiches (format A3 – 297 x 420 mm)



Flyers (format A5 – 148 x 210 mm)

07

Application print

ROLL-UP 85X200 CM

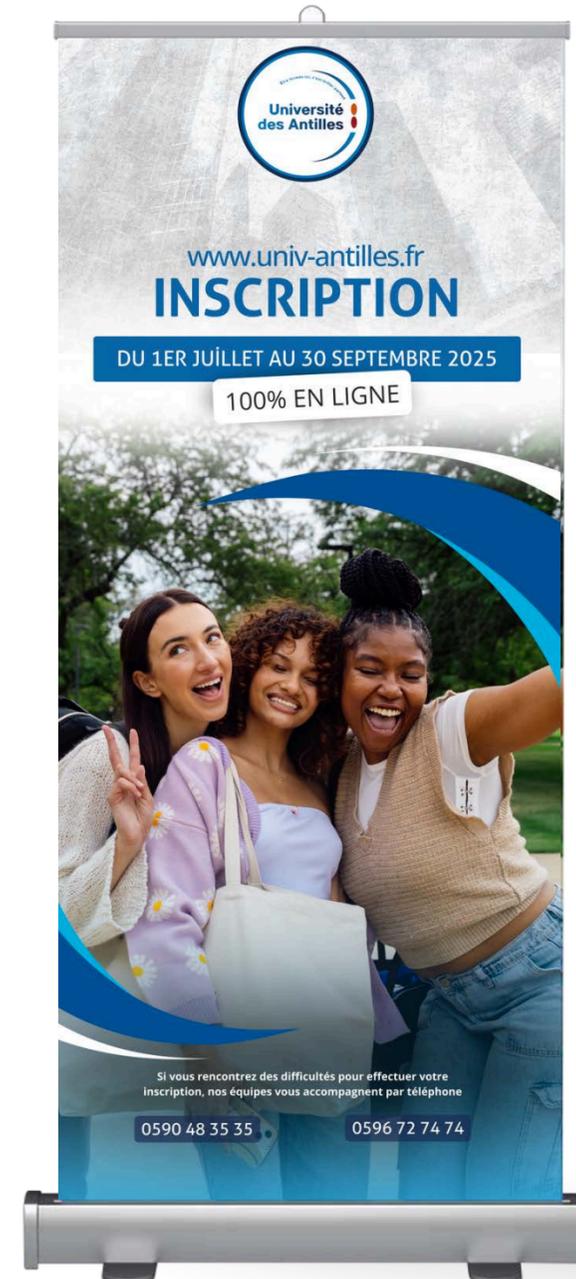
Le roll-up est un **support de communication** vertical utilisé principalement lors de salons, forums, journées portes ouvertes ou événements institutionnels.

Pour garantir une présentation **cohérente avec l'identité visuelle de l'Université des Antilles**, il est impératif de respecter les éléments suivants :

- Logo officiel positionné dans la zone supérieure, pour une visibilité immédiate.
- Message principal clair, centré autour de l'objet de la communication (ex. : INSCRIPTION).
- Hiérarchisation des informations (dates, modalités, URL, contacts) pour une lecture rapide.
- Image engageante, représentative de la diversité, de la jeunesse et de l'ouverture.
- Couleurs et typographies issues de la charte graphique.

L'exemple ci-contre montre une **mise en page équilibrée**, avec un appel à l'action bien visible et une image centrée sur le public cible.

Tout visuel destiné à l'impression doit être validé par le service communication : communication@univ-antilles.fr





AUTRES SUPPORTS

Principes de goodies fonds blancsP.48
Principes de goodies logo monochromeP.49

PRINCIPES DE GOODIES FONDS BLANCS

Pour plus de lisibilité nous préconisons des goodies avec des fonds blancs sur lesquels le logo en quadrichromie sera bien visible.

Suggestion de supports.

Le rendu colorimétrique peut dépendre du support utilisé, de la matière, et du prestataire en charge de la production.



08

Éléments graphiques

PRINCIPES DE GOODIES LOGO MONOCHROME

Le bleu étant la couleur institutionnelle de l'identité visuelle de l'Université des Antilles, nous préconisons une utilisation de goodies avec des fonds bleus. Le logo est utilisé en réserve.

Suggestion de supports.

Le rendu peut dépendre du support utilisé, de la matière, et du prestataire en charge de la production.





TEMPLATES

Templates printP.51

09

Templates

TEMPLATES PRINT



Affiches (format A3 – 297 x 420 mm)

[LIEN TEMPLATE](#)



Flyers (format A5 – 148 x 210 mm)

[LIEN TEMPLATE](#)



Roll-ups (85 × 200 cm)

[LIEN TEMPLATE](#)

