

MMI GRENOBLE

IDENTITÉ VISUELLE - 2026

Le sommaire

01	Le brief
02	Démarche créative
03	Logotype
04	Règles d'usage
05	Typographie
06	Palette de couleurs
07	Déclinaisons print
08	Déclinaisons web

Le département MMI Grenoble souhaite mettre en place une identité visuelle complète et moderne pour la rentrée 2026-2027. À ce jour, il ne dispose que d'un logo utilisé depuis plusieurs années. L'objectif est de créer une identité forte, reconnaissable et adaptée à tous les supports, aussi bien print que web.

La formation prépare chaque année près de 300 étudiants aux métiers du développement web, de la communication numérique et de la création numérique. Ces trois grandes thématiques se retrouvent dans les trois parcours proposés : Développement web, Création numérique, et Stratégies de communication.

L'identité doit s'adresser à deux cibles : les personnes qui utiliseront les éléments graphiques d'un côté (étudiants, personnel de l'IUT), les entreprises et administrations de l'autre. Elle doit donc être assez créative pour fédérer les étudiants, et assez sérieuse pour convaincre des professionnels. Les valeurs attendues sont : créativité, professionnalisme, pédagogie, singularité et pérennité.

Les éléments produits doivent être utilisables par un non-professionnel du design, sans recours à la suite Adobe. Tous les fichiers devront être exportés en formats universels et organisés dans une arborescence claire.

Démarche créative

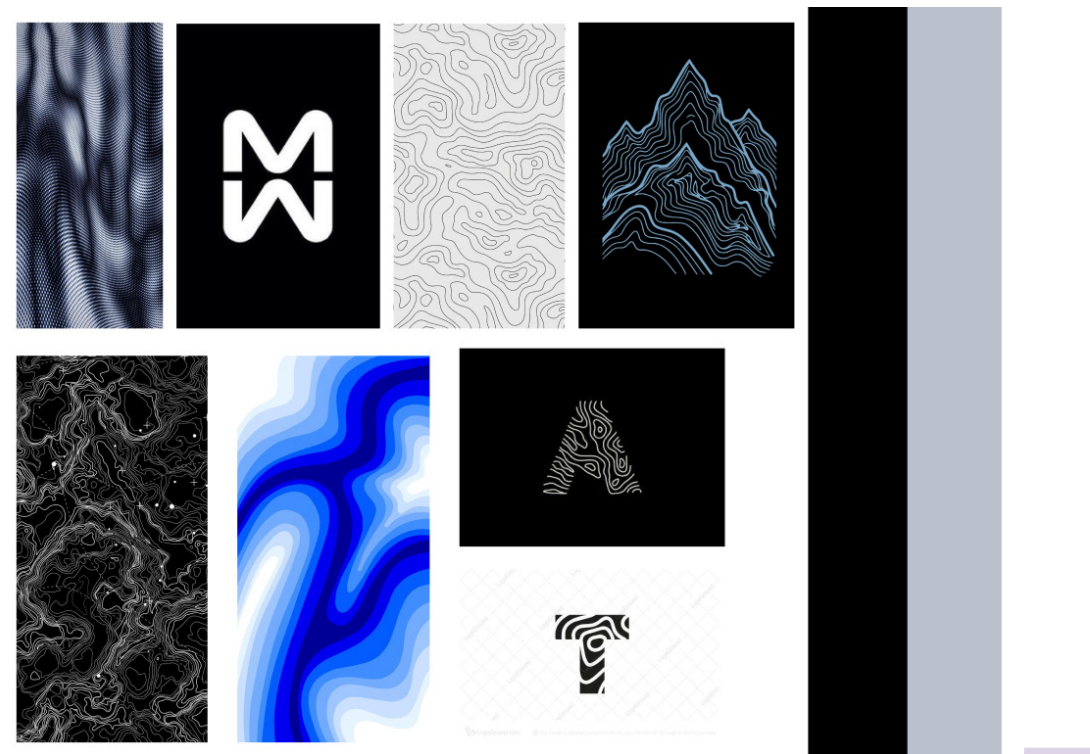
LES MOODBOARD

Ce moodboard s'oriente vers une direction visuelle numérique et géométrique. Les formes carrées et les grilles rappellent directement l'univers des pixels et du web. Les couleurs RVB vives rouge, bleu, vert sont des couleurs d'écran. La typographie très géométrique renforce cette idée, avec des lettres traitées comme des blocs qui s'emboîtent. L'ensemble colle parfaitement à l'identité visuelle qu'on cherchait à créer pour MMI.



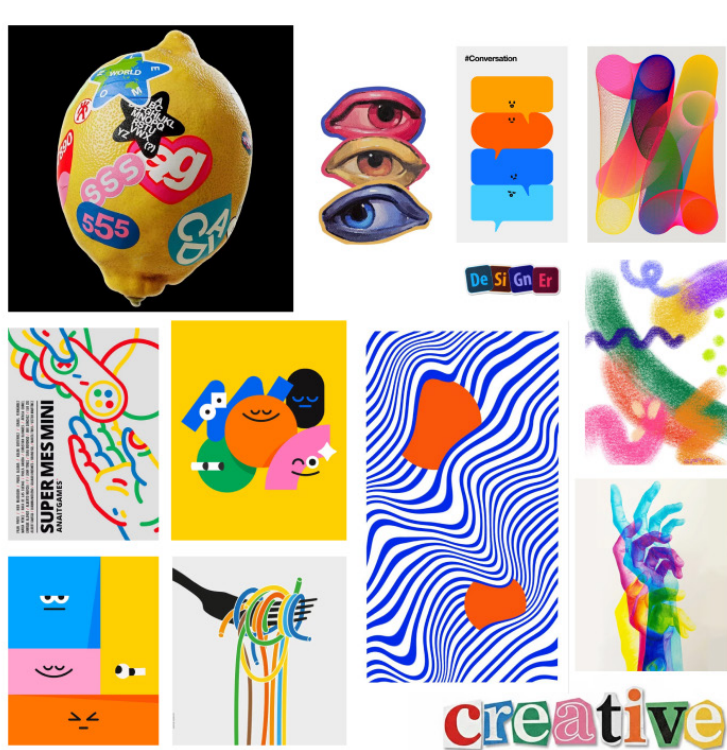
4

Ce moodboard explore une direction plus technique. Les motifs topographiques et les courbes de niveau donnent une impression de précision et de profondeur. Le noir et blanc dominant renforce ce côté technique et sérieux. La typographie suit la même logique, avec des lettres habillées de lignes fines qui rappellent les cartes et les données techniques. Cette direction fait directement référence à Grenoble, avec les montagnes qui entourent la ville.

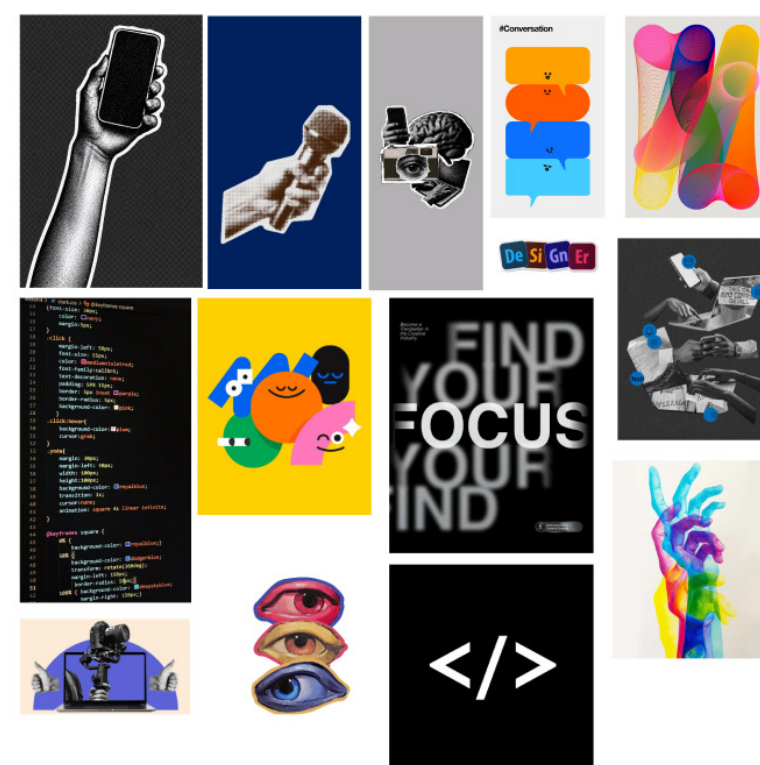


5

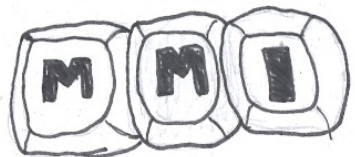
Ce moodboard mise tout sur la créativité et la liberté graphique. Les couleurs sont vives et variées, sans vraiment de palette définie, ce qui donne un rendu énergique. Les formes partent dans tous les sens, entre l'abstrait et l'illustratif, avec un côté volontairement désordonné qui reflète l'aspect créatif de la formation. On est loin des grilles et de la géométrie stricte des autres directions. Cette piste représente bien le côté création et communication de MMI.



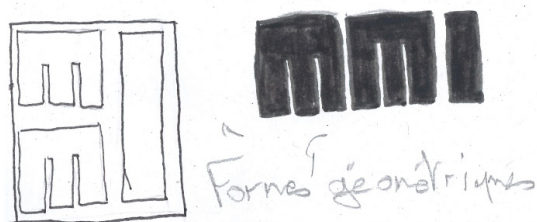
Ce moodboard est le plus représentatif de la formation dans son ensemble. On y retrouve directement les différents univers de MMI : le code avec la balise `</>` et les lignes de script, la vidéo avec la caméra, le son avec le micro, et la communication avec les bulles de dialogue. Les visuels sont concrets et parlants, ils racontent clairement ce qu'est la formation sans avoir besoin d'interprétation. C'est la direction la plus lisible et la plus accessible des quatre moodboards.



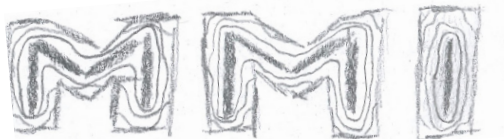
LES CROQUIS LOGO



Ici des touches de clavier pour rappeler tout le côté informatique derrière MMI, les logiciel de code, d'écriture, d'édition et de montage.



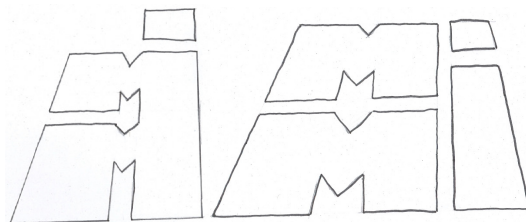
Ici des logos très carrés qui reprennent le côté sérieux et ordonné de la formation.



Un MMI écrit avec une typo très droite avec un motif de carte topographique qui traduit la technique de la formation.



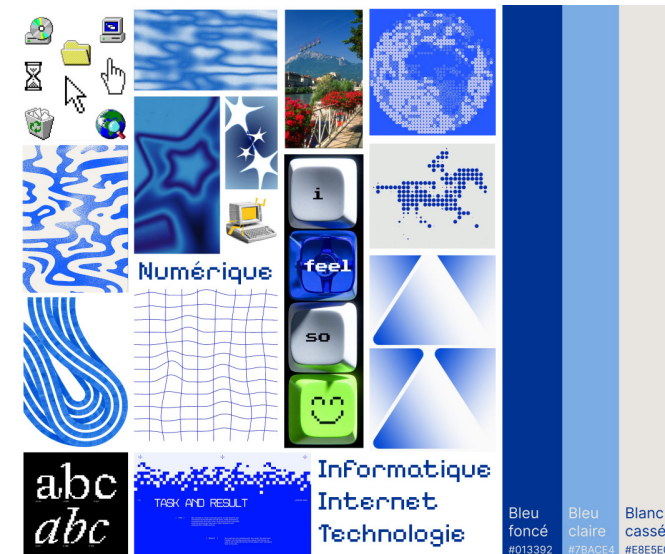
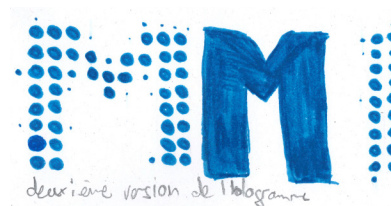
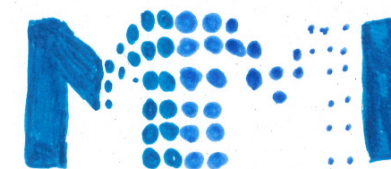
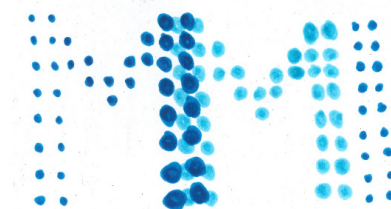
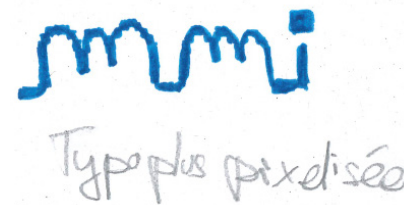
Des M qui se chevauchent et se complètent, qui créent en réalité 3 M comme pour les 3 parcours.



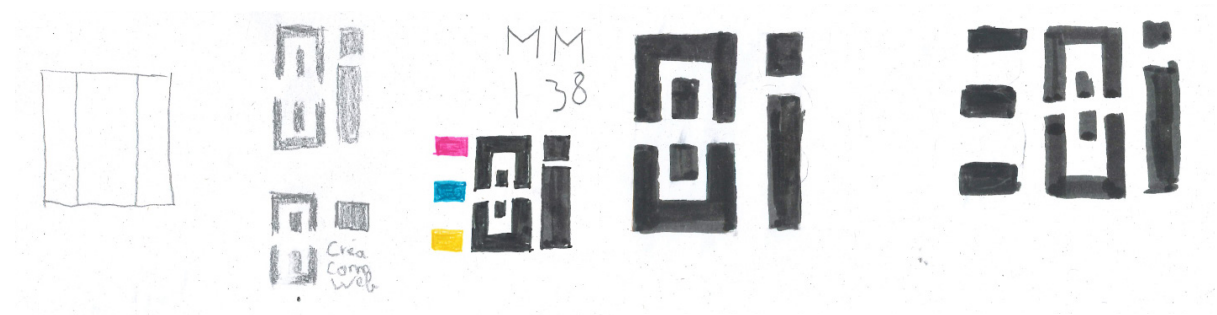
Des lettres en contre plongé, dont les formes s'emboîtent et se superposent. Ça montre les plans pouvant être captés à la caméra mais donne aussi un effet de profondeur et de vitesse qu'on a dans la formation avec cette constante évolution.



Chevauchement de lettres montage
Logo géométrique faisant référence aux monagnes de Grenoble.



Ici le but était de créer un logo avec les informations 38 et MMI on voit que les 2 m l'un au dessus a l'endroit et le deuxième en dessous a l'envers forment un 8, si on rajoute un 3 devant cela fait 38 et un i derrière forment MMI et 38, avec les 3 couleurs qui pourraient représenter les 3 parcours.



La le logo est très simple, son seul but est de créer le logo MMI avec une lettre en négatif, il y aussi ici l'ajout des 3 couleurs pour mettre en avant les 3 parcours.



Ce logo regroupe tout ce qui représente la formation MMI en une seule forme. Il est composé d'une icône accompagnée d'un texte manuscrit. L'icône est formée de trois lettres superposées : un M à l'endroit, un M à l'envers, et un I par-dessus. Dans cette superposition on retrouve discrètement trois symboles liés à MMI : un logo de code, un logo de cadrage et un logo play vidéo, chacun intégré subtilement dans les formes du logo. Au départ le logo avait des formes très carrées avec des bords fins, on a fait évoluer ça en rendant la bordure du I plus épaisse pour que l'ensemble soit plus équilibré et plus lisible.



L'APPORFONDISSEMENT

Cette page présente l'exploration des différentes combinaisons de couleurs testées pour le logo. On a passé en revue un large panel de teintes du bleu au rouge en passant par le vert, l'orange ou encore le jaune pour trouver celle qui correspondait le mieux à l'identité de MMI. Après cette recherche, le choix s'est tourné sur le violet et le noir. Le violet est une couleur qui incarne la créativité et l'imagination (dans le cadre de vie Européen), deux valeurs qui sont au cœur de la formation. Associé au noir, il apporte du sérieux et de la lisibilité, ce qui donne au logo un équilibre entre créativité et professionnalisme.



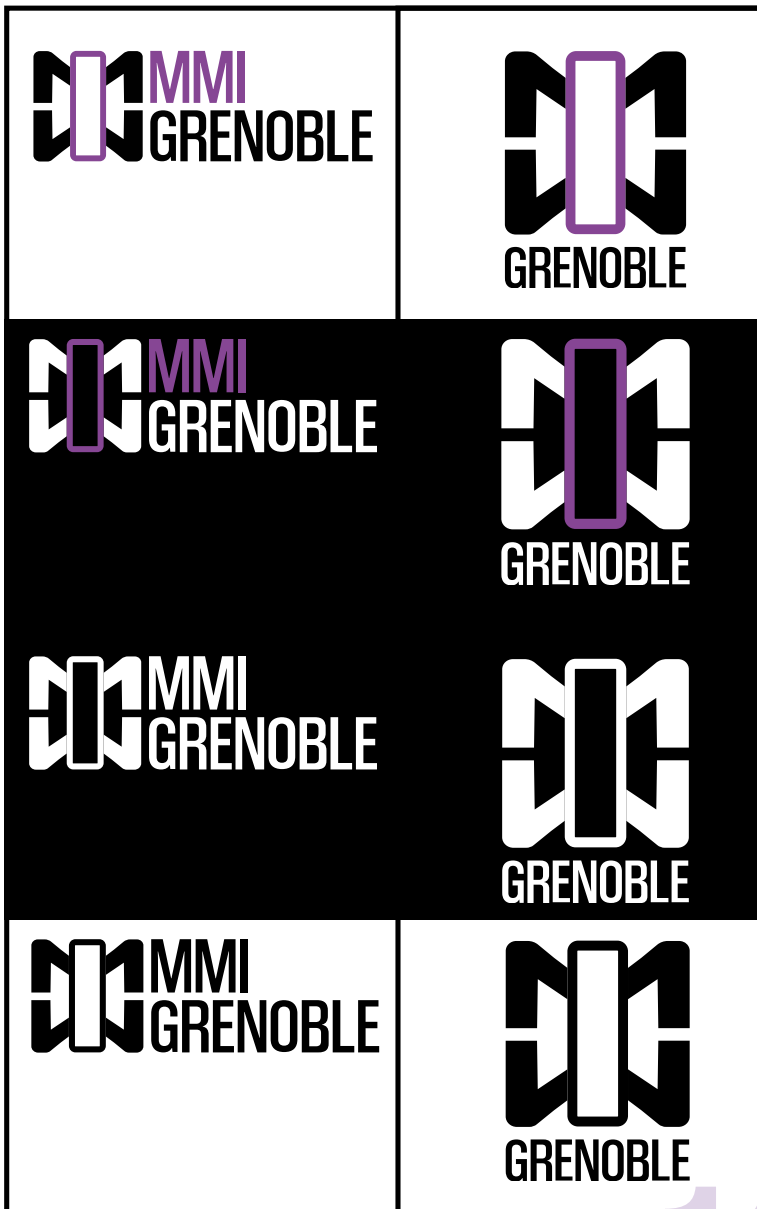
Logotype

Le logo

Ce logo regroupe tout ce qui représente la formation MMI en une seule forme. Il est composé d'une icône accompagnée d'un texte manuscrit. Le cœur du logo repose sur une construction typographique astucieuse : trois lettres superposées, un M à l'endroit, un M à l'envers et un I par-dessus, qui forment ensemble l'acronyme MMI. Cette superposition n'est pas qu'un simple jeu visuel, elle traduit concrètement l'idée que les trois parcours de la formation Développement web, Création numérique et Communication se croisent et se complètent. Dans cette construction, on retrouve aussi discrètement trois symboles liés à l'univers MMI : un logo de code, un logo de cadrage et un logo play vidéo, chacun intégré subtilement dans les formes du logo.

Le logo existe en deux versions couleur. La version principale associe le violet et le noir, le violet incarnant la créativité au cœur de la formation, le noir apportant le sérieux et la lisibilité. La version noir et blanc garantit quant à elle une utilisation sur tous les supports, même les plus contraignants.

Le logo se décline en deux formats complémentaires. La version horizontale associe l'icône au texte MMI Grenoble et convient aux supports larges comme les en-têtes ou les bannières. La version verticale isole l'icône avec le mot Grenoble en dessous, idéale pour les formats carrés comme les réseaux sociaux ou les petits formats print. Ces déclinaisons permettent au logo de fonctionner dans tous les contextes, du print au web.

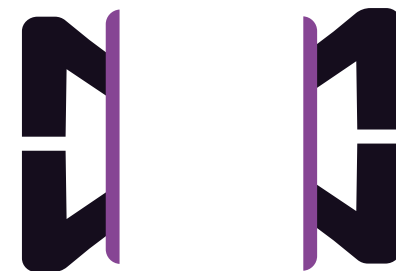


Les déclinaisons

Le logo propose également une déclinaison en version encart, où l'icône est divisée en deux parties placées de chaque côté du contenu. Cette construction permet d'insérer du texte entre les deux moitiés pour créer des titres ou mettre en avant des informations clés. On peut ainsi faire apparaître le nom complet de la formation, les trois parcours, ou tout autre contenu directement encadré par les éléments du logo.

Cette déclinaison démontre la flexibilité du logo sur différents supports. Qu'il s'agisse d'une affiche, d'un post réseaux sociaux ou d'un document print, l'encart s'adapte à la mise en page sans perdre sa lisibilité ni son identité. Le logo ne se contente pas d'identifier, il devient un véritable élément structurant de la mise en page.

Cette utilisation reste cohérente avec l'identité visuelle globale car elle conserve les mêmes formes, les mêmes couleurs et la même logique graphique que les autres déclinaisons. Elle enrichit le système visuel de MMI Grenoble en lui offrant une dimension supplémentaire, celle d'un logo capable de s'intégrer au contenu plutôt que de simplement le surmonter.



Les marges

Pour garantir une bonne lisibilité du logo dans toutes les situations, une marge interne minimale est définie entre l'icône et le texte MMI Grenoble. Cette marge est calculée sur la base de la hauteur du I présent dans l'icône du logo. En utilisant un élément propre au logo comme unité de référence, la marge reste toujours proportionnelle quelle que soit la taille d'utilisation du logo. Que le logo soit affiché en grand sur une affiche ou en petit sur une carte de visite, l'espace entre l'icône et le texte s'adapte automatiquement et conserve l'équilibre visuel de l'ensemble.

Marges internes du logo →

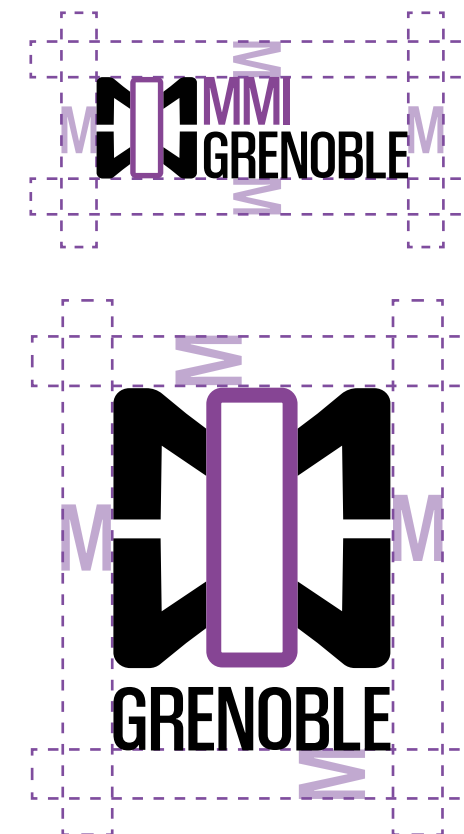


Règles d'usage

Les marges

Pour garantir la lisibilité et l'impact du logo sur tous les supports print, une taille minimale d'utilisation est définie. En dessous de 15mm de longueur pour la version horizontale et 5mm pour la version icône seule, le logo perd en lisibilité et ne remplit plus correctement son rôle d'identification. Ces tailles minimales sont à respecter impérativement pour que les détails de l'icône restent visibles et que le texte MMI Grenoble reste lisible.

Une zone de protection est également définie autour du logo. Cette zone, matérialisée par un M de la taille du M du logo, représente l'espace minimum à respecter entre le logo et les autres éléments de la mise en page. Aucun élément graphique ou textuel ne doit venir empiéter sur cette zone. Elle s'applique aussi bien à la version horizontale qu'à la version icône seule, et garantit que le logo conserve son équilibre visuel quelle que soit la mise en page dans laquelle il s'inscrit.



Ce qu'il ne faut pas faire

La zone de protection du logo doit être scrupuleusement respectée. Il est interdit d'insérer du texte ou un autre logo à l'intérieur de cette zone de marge. Tout élément extérieur au logo, qu'il s'agisse d'un texte ou d'un logo, doit se placer en dehors des limites de cette zone, et non à l'intérieur.

Les exemples corrects montrent que les éléments extérieurs peuvent coexister avec le logo MMI Grenoble à condition de respecter cette limite. Les logos et les textes d'accompagnement doivent donc se positionner au-delà des marges définies, ce qui garantit que le logo conserve son espace de respiration et reste parfaitement lisible. Ne pas respecter cette règle nuit à la cohérence visuelle de l'ensemble et donne une impression de surcharge qui affaiblit l'identité visuelle.



Pour préserver l'intégrité du logo et garantir une utilisation cohérente sur tous les supports, un certain nombre de règles d'usage sont à respecter impérativement. Toute modification du logo en dehors des déclinaisons prévues est interdite.

Il est interdit d'incliner le logo, quelle que soit l'orientation souhaitée. Le logo doit toujours rester droit et horizontal. Il est également interdit d'aplatir ou d'étirer le logo, ses proportions sont fixes et ne doivent jamais être modifiées. De la même façon, le logo ne doit jamais être inversé ou retourné, que ce soit horizontalement ou verticalement.

Les couleurs du logo sont définies dans la charte graphique et ne peuvent pas être remplacées par d'autres teintes. Seules les variations prévues sont autorisées. Il est par ailleurs interdit d'appliquer des effets graphiques au logo comme des ombres, des contours ou du flou, ces effets nuisent à la lisibilité et à la cohérence de l'identité visuelle. Les dégradés sont également interdits sur le logo.

Le texte MMI Grenoble ne peut pas être utilisé seul sans l'icône. Les deux éléments sont indissociables et forment un ensemble cohérent. Enfin, il est interdit d'utiliser une variation du logo dont la couleur se confond avec celle du fond. Si le contraste n'est pas suffisant, il faut choisir une autre variation du logo pour garantir sa lisibilité.



Ne pas incliner le logo



Ne pas aplatir le logo



Ne pas inverser le logo



Ne pas utiliser d'autres couleurs que celles imposées sur la page précédente



Ne pas appliquer d'effets au logo : (ombres, contour, flou...)



Ne pas utiliser le texte du logo sans l'icône



Ne pas appliquer de dégradés au logo



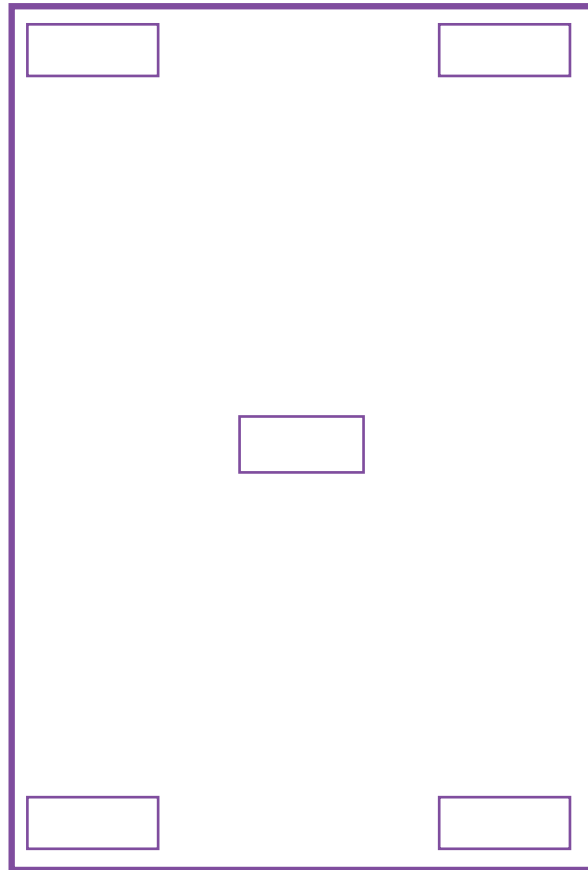
Ne pas mettre un logo d'une couleur sur un fond qui a le même contraste de couleur, prendre une autre variation.

Placement du logo

Le placement du logo est une règle fondamentale de l'identité visuelle de MMI Grenoble. Que ce soit sur une déclinaison graphique, un support print ou une production vidéo, le logo doit toujours être positionné dans l'un des quatre angles du support ou centré. Ces positions garantissent une cohérence visuelle sur l'ensemble des supports et assurent que le logo est toujours facilement identifiable par le spectateur.

Le placement en angle est la position privilégiée pour les supports print comme les affiches, les flyers ou les cartes de visite. Il laisse le reste du support libre pour le contenu tout en assurant une présence discrète mais constante de l'identité visuelle. Le placement centré quant à lui est réservé aux usages où le logo est l'élément principal du support, comme une page de couverture ou un écran titre en vidéo.

Il est interdit de placer le logo de manière aléatoire sur le support. Un placement non défini nuit à la cohérence de l'identité visuelle et donne une impression de manque de rigueur. Respecter ces règles de placement permet à l'identité de MMI Grenoble de rester reconnaissable et professionnelle sur tous ses supports de communication.



Typographie

Biko

La typo Biko est utilisée pour les textes.

Aa Bb Cc Dd
Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Coolvetica, utilisée en grands formats sur les titres, assure une accroche visuelle forte et immédiatement lisible ce qui est essentiel sur des supports à lecture rapide comme les kakémonos, les posts Instagram ou les stories. Sa présence traduit graphiquement les valeurs de singularité et de créativité attendues par le brief.

Biko en corps de texte apporte à l'inverse de la lisibilité et du professionnalisme. Sa clarté en petits formats garantit une lecture confortable sur tous les supports, du flyer à la carte de visite, ce qui rejoint l'exigence du brief d'une identité utilisable par un non-professionnel sans recours à des outils spécialisés.

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

La typo Coolvetica est utilisée pour les Titres.

Coolvetica

Palette de couleurs

Couleur principale

Violet électrique
RGB 195, 0, 229
CMJN 58, 82, 0, 0

Couleur texte

Violet sombre
RGB 26, 0, 23
CMJN 58, 82, 0, 94

Le violet électrique a été choisi après avoir testé un grand nombre de couleurs. C'est la couleur qui représente le mieux la créativité et l'imagination dans le contexte européen, deux valeurs importantes dans le brief.

Le noir et le violet sombre apportent le sérieux et le professionnalisme attendus par les entreprises, tout en garantissant une bonne lisibilité sur tous les supports. Ce choix permet aussi d'éviter les problèmes des autres directions explorées : le multicolore était trop instable pour une identité durable, et le noir et blanc trop froid pour fédérer les étudiants.

Couleur texte

Blanc pur
RGB 26, 0, 23
CMJN 58, 82, 0, 94

Le blanc pur permet quant à lui d'utiliser l'identité sur tous les supports print et web, sans avoir besoin de logiciels spécialisés comme la suite Adobe.

Déclinaisons print

Ce kakémono est l'un des supports print les plus vus de MMI puisqu'il est constamment présent devant l'iut et est donc visible aux portes ouvertes. Le kakémono reprend l'ensemble des codes de l'identité visuelle.

Le logo MMI Grenoble est placé en haut à gauche du support dans sa version horizontale, accompagné d'un fond violet qui assure une accroche visuelle forte. Une photographie de l'IUT vient ancrer le support dans son contexte local et apporter une dimension réaliste à la communication.

La version encart du logo est utilisée en bas du kakémono pour introduire le nom complet de la formation, Métiers du Multimédia et de l'Internet, ce qui renforce la cohérence graphique de l'ensemble.

Sur le plan du contenu, le kakémono présente les trois parcours de la formation : Création numérique, Développement web, et Communication numérique et design d'expérience. Chaque parcours est accompagné d'une courte description qui permet au lecteur de comprendre rapidement les débouchés et les spécificités de chaque orientation. L'ensemble est structuré de façon claire et hiérarchisée pour faciliter la lecture rapide, adaptée au contexte d'un salon ou d'une exposition.



Ce kakémono est l'un des supports print phares de l'identité visuelle. Il est toujours présent devant l'iut donc visible pour tout le monde même pendant les portes ouvertes. Le logo est placé en haut à gauche du support dans sa version horizontale, accompagné d'un fond violet qui assure une accroche visuelle forte.

Une photographie de l'IUT vient ancrer le support dans son contexte local. La version encart du logo est utilisée en bas du kakémono pour introduire le nom complet de la formation, Métiers du Multimédia et de l'Internet, ce qui renforce la cohérence graphique de l'ensemble.

Sur le plan du contenu, le kakémono présente les trois parcours de la formation : Création numérique, Développement web, et Communication numérique et design d'expérience. Chaque parcours est accompagné d'une description qui permet au lecteur de comprendre les débouchés et les spécificités de chaque orientation. L'ensemble est structuré de façon claire et hiérarchisée pour faciliter la lecture rapide, adaptée au contexte d'un salon ou d'une exposition.



La photo en pleine largeur ancre le support dans le contexte réel de la formation, en montrant des étudiants en situation de tournage, ce qui illustre concrètement les débouchés de la formation.

Les trois parcours Création numérique, Développement web et Communication sont présentés dans des rectangles violets, reprenant directement la couleur principale de l'identité visuelle. Ce choix permet une lecture rapide et hiérarchisée, adaptée au contexte d'un flyer consulté rapidement.

Le titre "BUT MMI" en bas du support est composé en Coolvetica, conformément aux règles typographiques qui réservent cette police aux titres. Sa taille importante et sa couleur noire sur fond blanc créent un contraste fort qui assure une accroche visuelle immédiate.

La bordure violette encadrant l'ensemble du support reprend la couleur principale et renforce la cohérence avec les autres déclinaisons de l'identité visuelle.



Création numérique

Développement web

Communication

BUT MMI

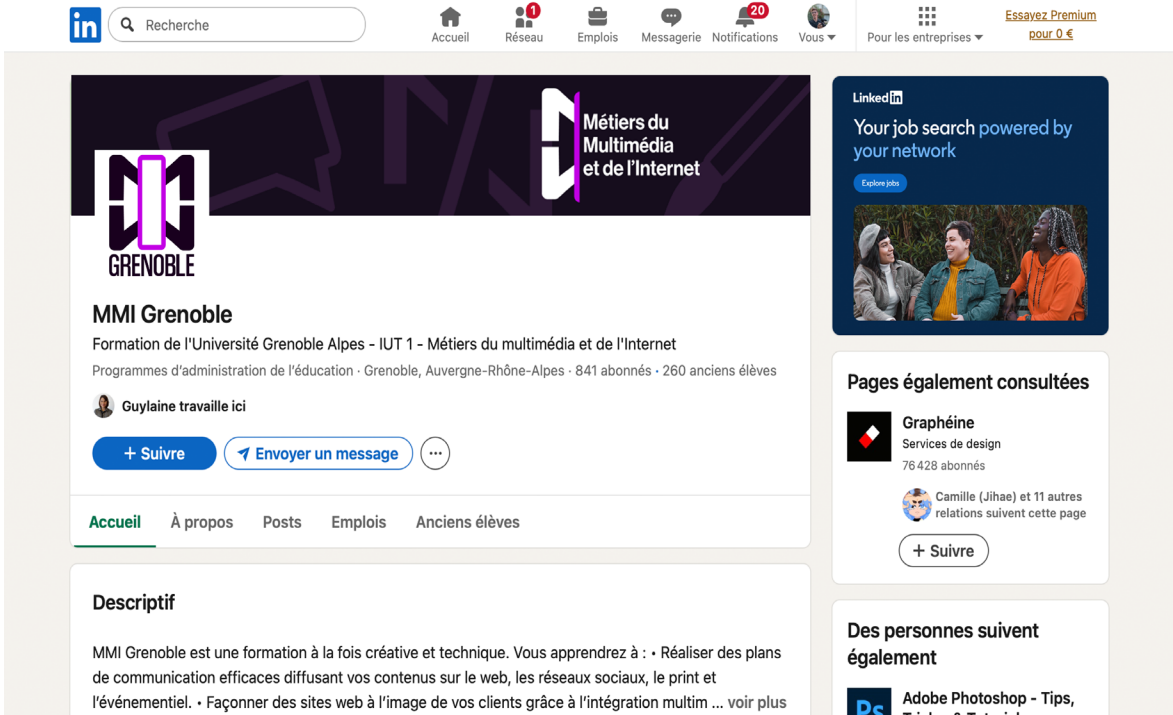
La carte de visite reprend l'ensemble des codes graphiques de l'identité visuelle.

Le recto joue sur le contraste entre le fond sombre et le logo blanc, avec le logo d'icone simple, ce qui donne un rendu épuré et percutant. Le verso quant à lui adopte un fond blanc et présente le logo horizontal en version couleur, accompagné des informations de contact: adresse mail, adresse et réseaux sociaux.

Les deux faces se complètent et offrent un équilibre entre impact visuel et lisibilité des informations.



Déclinaisons web



Pour la bannière LinkedIn le fond noir dominant est mis en valeur par des éléments graphiques issus du logo, utilisés en grand format en arrière-plan pour créer de la texture et de la profondeur.

La déclinaison encart est utilisée à droite de la bannière pour afficher le nom complet de la formation, tandis que la version icône seule avec Grenoble est placée à gauche. L'ensemble est cohérent avec les autres supports de l'identité et offre une présence professionnelle et reconnaissable sur le réseau social.



Post 2 - Projets étudiants (carrousel)

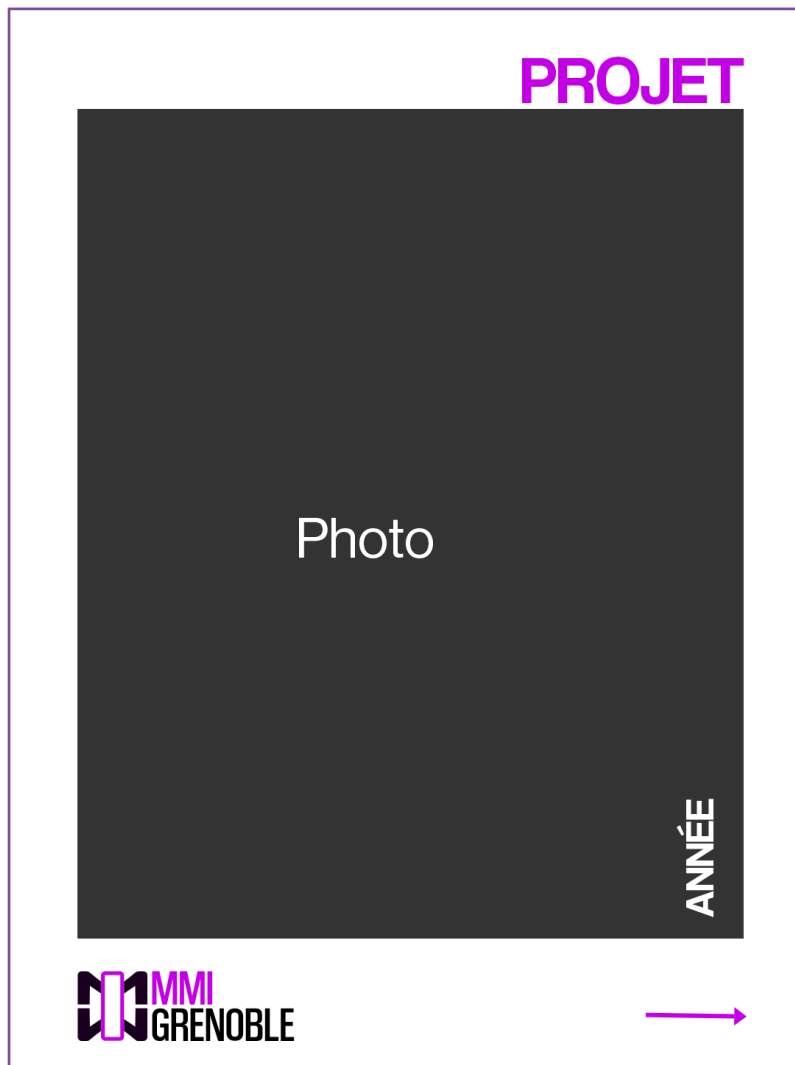
Photo Format 4:5. Elle ne prend pas toute la largeur du post : la centrer et lui appliquer une marge de chaque côté équivalente à la largeur d'un «M» en Coolvetica taille 22, ce qui permettra automatiquement d'avoir des marges en haut et en bas.

Titre/ nom du projet Coolvetica, taille 22, rose. Aligné sur le bord droit de l'image, avec une légère marge entre le texte et l'image.

Année d'étude Coolvetica, taille 13, blanc. Placé à l'intérieur de l'image, en bas à droite, pivoté à 90°. Légère marge par rapport aux bords de la photo.

Logo Version sombre/rose. Placé en bas, à l'extérieur de l'image, aligné sur le bord gauche de l'image. Respecter les marges d'usage du logo.

Flèche carrousel Rose. Alignée sur le bord droit de l'image et centrée verticalement par rapport au logo.



Voir exemple page 36

30

Post 3 - Actualités & événements passés MMI (carrousel)

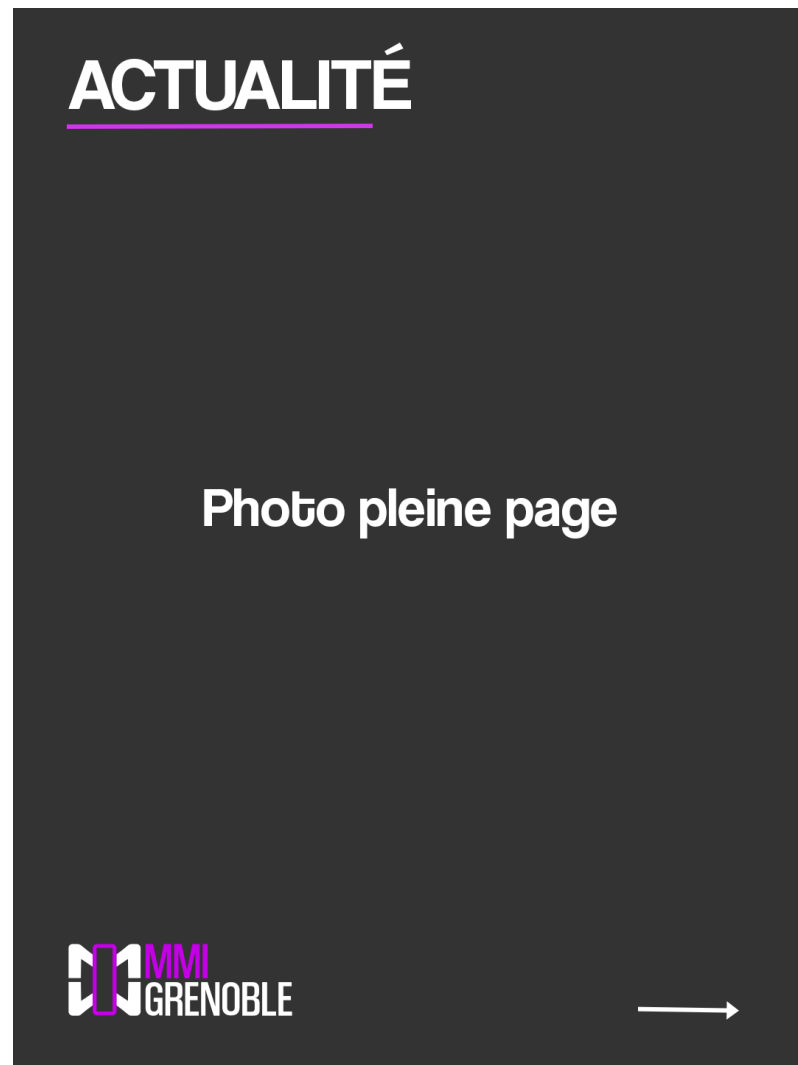
Arrière-plan Photo pleine page. Titre Coolvetica, taille 22, blanc (violet foncé si la photo est trop claire). Positionné en haut à gauche.

Si le texte est trop long, passage à la ligne sans réduction de taille. La marge de référence (haut et gauche) correspond à la largeur/hauteur d'un «M» en Coolvetica taille 22.

Décoration Une ligne rose de 5 px d'épaisseur souligne le titre. Elle part du bord gauche du titre, avec une légère marge au-dessus, et s'arrête au centre du post.

Logo Version blanc/rose (violet/rose si photo trop claire). Placé en bas à gauche, aligné sur le bord gauche du titre, en respectant les marges d'usage.

Flèche carrousel Alignée verticalement par rapport au bas du logo. Positionnée à droite du post, avec une marge par rapport au bord équivalente à un «M» en Coolvetica taille 22.



Voir exemple page 37

31

Post 4 - Destination entreprises

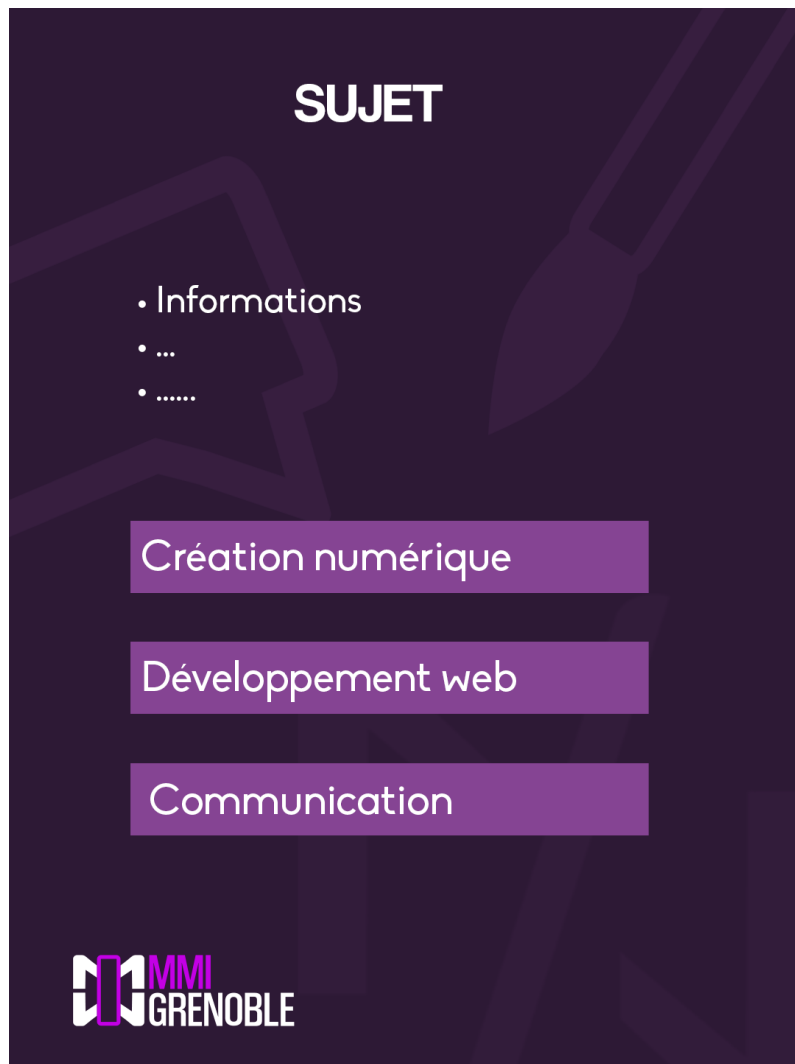
Arrière-plan Fond violet sombre avec les éléments Communication, Développement et Créa en transparence (fond vierge fourni).

Titre Coolvetica, taille 18, blanc. Texte centré, possibilité de saut de ligne. Marge en haut équivalente à la hauteur d'un «M» en Coolvetica taille 18.

Corps du post Biko, taille 12, blanc. Aligné à gauche, placé sous le titre. Parcours MMI Trois rectangles roses côte à côte, contenant chacun le nom d'un parcours en Biko, taille 14, blanc.

L'espacement entre chaque rectangle correspond à la largeur d'un «M» en Biko taille 14.

Logo Version blanc/rose. En bas à gauche, aligné sur le bord gauche du titre, en respectant les règles d'usage du logo.



Voir exemple page 38

Story - Format universel

Zones de sécurité (rouge sur le template) Aucun élément ne doit être placé dans les zones réservées par l'interface Instagram (haut et bas de l'écran), au risque d'être recouvert par les éléments natifs de l'appli (photo de profil, réponse, etc.).

Logo Pas de logo sur les stories : le logo de la page est visible via la photo de profil Instagram affichée en haut à gauche.

Titre Coolvetica, taille 30, blanc ou violet foncé selon la clarté du fond. Positionné en haut à gauche, avec une marge gauche équivalente à un «M» en Coolvetica taille 30. Respecter la zone de sécurité en haut.

Sous-titre (si nécessaire) Biko, taille 18, rose. Placé sous le titre, aligné sur son bord gauche.

Informations supplémentaires Un dégradé noir est appliqué sur la partie basse de l'image pour garantir la lisibilité du texte. Les informations sont listées avec une alternance de couleur ligne par ligne entre blanc et rose, en Biko taille 15. Respecter la zone de sécurité en bas.



Exemples

Post 1



Post 2



Post 3



Post 4

NOS ÉTUDIANTS CHERCHENT UN STAGE

- Étudiants en 2e année
- Stage conventionné
- 10 semaines minimum
- Entre fin janvier et mi avril 2026

Création numérique

Développement web

Communication

 MMI GRENoble

Post 5



MMI GRENOBLE IDENTITÉ VISUELLE - 2026

DJEKOUANE--NAUCHE Loumsi
DUPREY--MEGHERBI Gabriel