



Dossier de création graphique

Sommaire

SOMMAIRE

DEMARCHE CREATIVE

Présentation et analyse de Multimedialpes	4
Analyse sémiotique - sémiologique	5
Moodboard d'ensemble	6
Roughs du logotype	7
Concertation	8

PRODUCTION GRAPHIQUE

Le logo et sa charte graphique	10
Introduction	11
Logos	14
Couleurs	23
Typographie	28
Éléments graphiques	32
L'affiche	36
Déclinaisons réseaux-sociaux	39
Motion design du logo	45
Habillage du site	48
Merchandising	50



Démarche créative

Présentation et analyse de Multimédialpes

PRESENTATION

2025



Multimédi'Alpes a pour but de mettre en valeur des œuvres réalisées par les étudiants du département MMI de Grenoble, et de les diffuser devant un public large, composé de professionnels, de professeurs, de personnels de l'UGA, d'étudiants et de futurs étudiants (lycéens).

Multimédi'Alpes est l'occasion pour que les étudiants du département MMI puissent mettre en lumière leurs projets auprès de professionnels, futurs étudiants et étudiants des 3 années MMI Grenoble.

- Susciter l'engagement pour le dépôt
- Faire venir les gens au festival !

Générosité. Donner le meilleur de soi-même pour offrir la meilleure expérience à tous les participants et spectateurs.

Accomplir. Devenir un objectif pour les étudiants de MMI pour les forcer à accomplir et finir des projets habituellement inachevés

Partager. Partager ses connaissances, sa création, sa personnalité voir même son intimité.

Ce festival crée un espace de partage et de cohésion, favorisant l'épanouissement personnel et le développement de son réseau. Notre ambition : promouvoir nos étudiants et les préparer à leur avenir !

Dates : 28 avril 12H : Ouverture de l'espace de dépôts
1 juin à 16H : Fermeture de l'espace de dépôts
13 juin à 18h œuvres nominées annoncées sur le site et ouverture du vote du public
17 juin 18H : fin vote du public
18 juin 19h : Cérémonie + spectacle

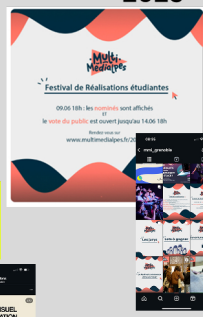
de 19h à 20h en présentiel à l'Amphi EST (Campus Universitaire). L'ouverture des portes est prévue à 18h30

Cibles :

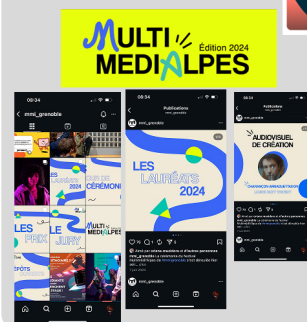
1 - Déposant : Le festival est réservé aux étudiants MMI de Grenoble de 1ère, de 2ème ou de 3ème année, inscrits en BUT MMI au moment de la réalisation. Les productions peuvent être présentées par un étudiant seul ou par un groupe d'étudiants.

2 - Public du festival : Peut être des étudiants MMI, des proches des étudiants, des professionnels des différents secteurs du BUT MMI.

2023



2024

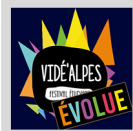


Les domaines MMI
1) Audiovisuel de création
2) Audiovisuel documentaire
3) Photo 4) Son
5) Développement Web
6) Web design
7) Design graphique
8) Illustration
9) Motion Design
10) Narration

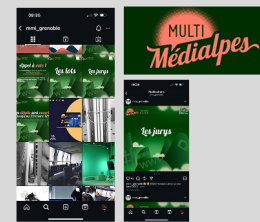
2018



2019



2022



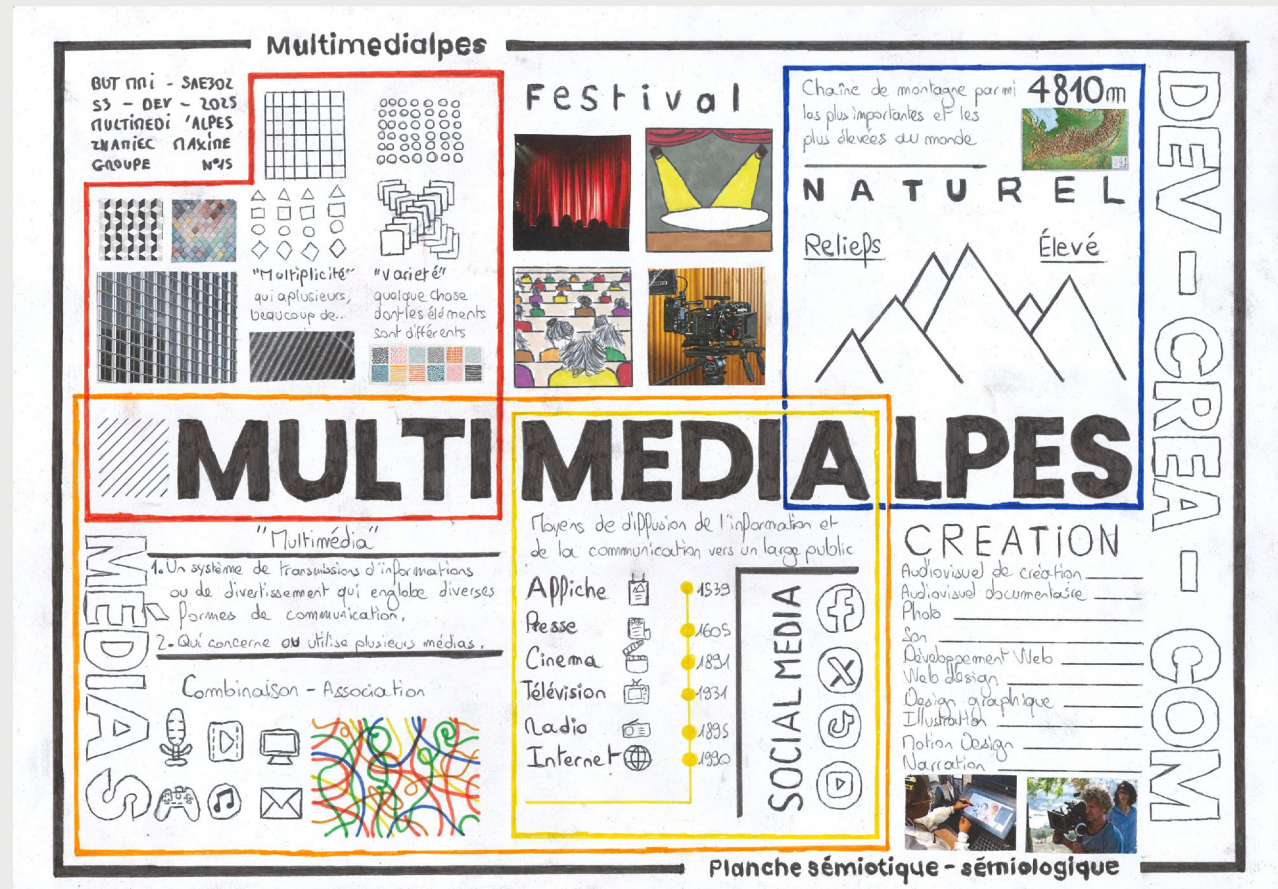
Multimédi'Alpes

Cette première partie pose les bases du projet en présentant Multimédialpes, son contexte et ses enjeux. Nous y décrivons ce qu'est le festival, son public, son fonctionnement et ses objectifs. Cette étape rassemble également les premiers éléments de stratégie de communication : qui communique, vers qui, comment et pourquoi. Enfin, nous avons mené une recherche de l'existant, en étudiant les visuels et partis pris graphiques des éditions précédentes afin d'identifier ce qui fonctionne, ce qui peut être amélioré, et ce que nous choisissons de conserver ou de transformer pour notre propre direction artistique.

Analyse sémiotique - sémiologique

ANALYSE

Cette planche sémiotique nous permet d'explorer les idées, formes et références liées au nom Multimédialpes. Elle met en évidence les notions clés que l'on associe spontanément au festival (multiplicité, médias, création, montagne) et sert de premier appui pour construire notre direction artistique. Ce travail nous aide à identifier les pistes visuelles et symboliques qui guideront la suite de notre démarche créative.



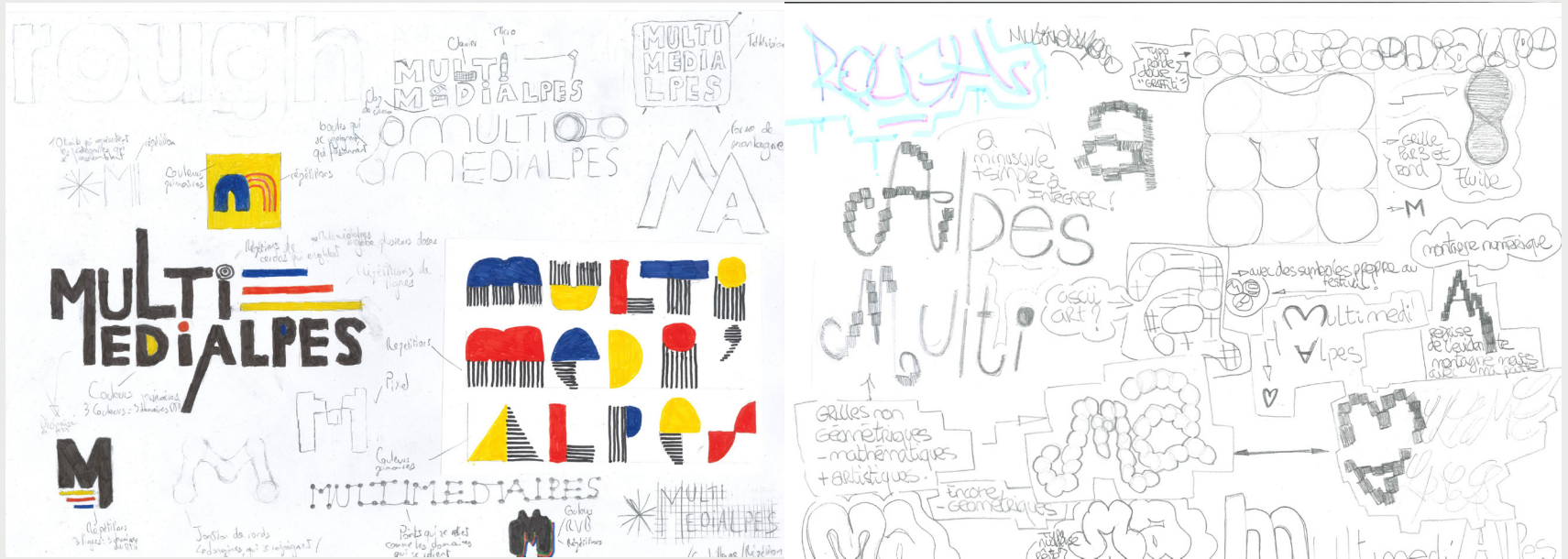
6 / 52



Plutôt que d'imposer une esthétique unique, cette sélection rassemble différents langages visuels qui ont retenu notre attention : compositions géométriques, pratiques typographiques innovantes, codes graphiques contemporains, visuels de festivals existants ou même de jeux-vidéos. Cette diversité nous permet de croiser des influences contrastées, d'identifier les éléments récurrents qui nous inspirent et de dégager les points de convergence entre nos sensibilités. Ce moodboard sert donc avant tout de base commune, un espace de référence partagé qui nous aide à comprendre nos orientations créatives respectives et à définir une direction visuelle cohérente pour la suite du projet.

Roughs du logotype

ROUGH



La confrontation des idées issues du moodboard (entre la rigueur du mouvement De Stijl et l'esthétique plus numérique et modulable) se retrouve clairement dans nos roughs. On voit comment les approches se croisent : d'un côté, des compositions structurées et géométriques ; de l'autre, des formes plus libres, pixelisées ou arrondies, inspirées de l'univers digital. Au final, les roughs témoignent du cheminement collectif qui a façonné l'identité visuelle de notre direction artistique. C'est vraiment l'addition de nos idées, de nos interprétations et de nos expérimentations qui a permis d'aboutir à une base solide pour la création du logo. En explorant ces pistes ensemble, nos croquis ont progressivement mélangé ces deux influences jusqu'à faire émerger un langage graphique commun.

Concertation

CONCERTATION

Dans un premier temps, nous prenions en considération uniquement le premier rough (n°1), nous étions donc parti sur le croquis affiché ci-dessous comme base. Au fil des retours et expérimentations, nous trouvions la typographie impersonnelle et non au service de notre communication. Nous sommes donc retournés sur le deuxième rough (n°2) pour tirer ses éléments plus personnels et les fusionner à ce que nous avions déjà. Nous avons choisi une typographie pixelisée que nous avons arrondi. De cette manière, nous avons le côté numérique à travers les pixels, mais aussi un côté plus doux et poétique à travers les arrondis. Cette fois ci, la typographie est donc beaucoup plus cohérente avec les valeurs que nous voulons véhiculer et la communication générale du festival.

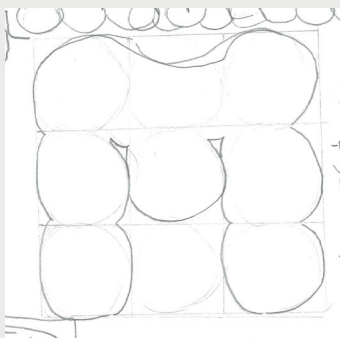
n°1



+

=

n°2



Pour les couleurs, nous voulions choisir des couleurs en accord avec les mots-clés de notre communication (générosité, accomplir, partager). Il s'est avéré que ces couleurs formaient le trio RVB. De ce fait notre communication s'est donc axée vers quelque chose de numérique).



Production graphique

CHART

Le logo et sa charte graphique

HIQUE



Introduction



Le festival Multimedialpes

Multimedialpes valorise les talents du BUT MMI Grenoble en offrant aux étudiants un espace pour présenter leurs projets créatifs : web, design, audiovisuel et communication. Né en 2018 sous le nom « Vidéalpes », le festival s'est ouvert en 2020 à l'ensemble des domaines du multimédia. Pour cette 6^e édition, les œuvres seront présentées devant un public et un jury de professionnels, offrant visibilité, retours et opportunités. Un moment de partage, de cohésion et d'inspiration pour toute la communauté MMI.



Public et ton de la communication

Le festival s'adresse aux étudiants MMI, à leurs proches, au public du campus ainsi qu'aux professionnels invités. Son ton est accessible, motivant et bienveillant, tout en adoptant une posture plus professionnelle lorsqu'il s'adresse aux jurys ou aux acteurs du secteur. Cette approche reflète l'ADN du BUT MMI, fondé sur trois pôles complémentaires : Création, Développement et Communication. La création inspire la direction artistique et encourage l'expression personnelle ; le développement structure les supports numériques et valorise les compétences techniques ; la communication façonne le ton, l'intention et la mise en récit des projets. Guidé par trois mots-clés — générosité, accomplir, partager — la communication crée un univers positif, fédérateur et tourné vers la mise en valeur des talents étudiants.

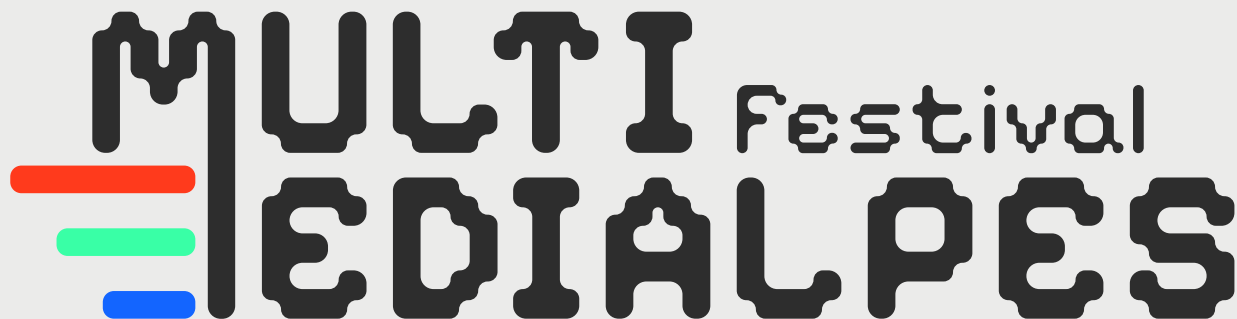


Logos



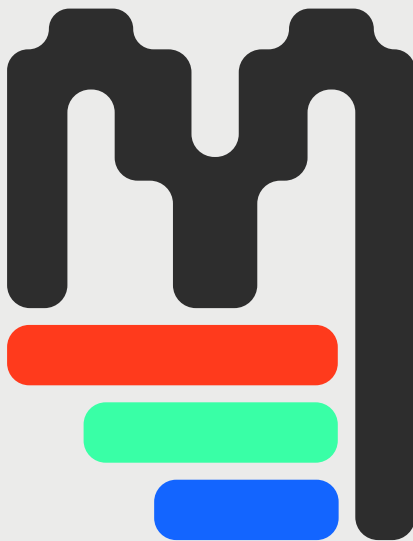
Wordmark

Le logo complet (Wordmark) rassemble tous les éléments identitaires du Multimédialpes Festival. Il garantit une reconnaissance claire de l'événement et met en valeur la diversité des compétences du BUT MMI à travers ses trois couleurs signatures.



Logo symbole

Le logo réduit est utilisé uniquement dans les formats très petits où le logo principal devient illisible. Il doit rester parfaitement identifiable, conservé dans ses proportions d'origine et appliqué selon les règles de contraste et de marges définies par la charte.



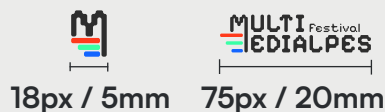
Variations wordmark

Notre logo existe en versions couleur, noire et blanche afin de garantir une lisibilité optimale sur tous les supports. Le logo couleur est à privilégier sur fonds clairs et neutres, tandis que le logo noir convient aux fonds très clairs ou aux usages sobres. Le logo blanc, quant à lui, doit être utilisé sur les fonds foncés pour assurer un contraste suffisant.



Tailles

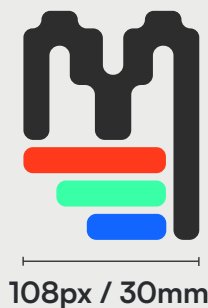
Pour garantir une lisibilité optimale, le logo ne doit jamais être utilisé en dessous de sa taille minimale. Celle-ci assure que les formes, les espaces et les détails restent parfaitement identifiables sur tous les supports. Toute utilisation en-dessous de ces seuils risque d'altérer la lisibilité et l'impact visuel du logo, et doit donc être évitée. De plus, plusieurs tailles de logo prédéfinies sont conseillées.



Minimal



Petite



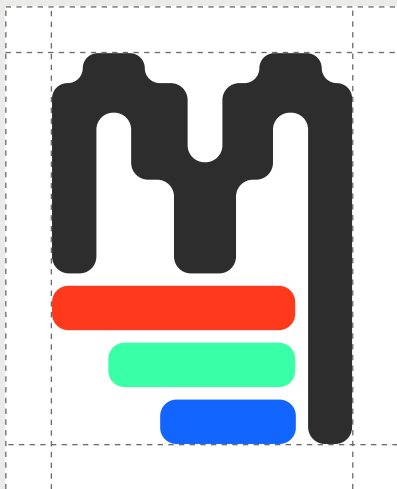
Moyenne



Marges de protection

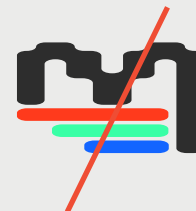
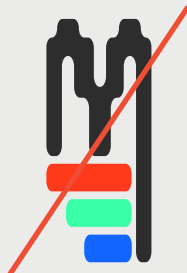
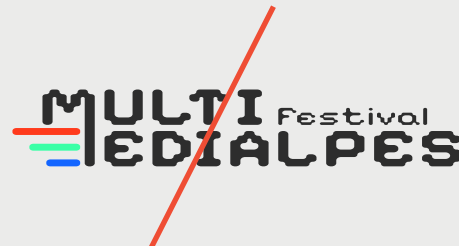
Pour que notre logo reste lisible et reconnaissable, nous lui laissons toujours un peu d'espace autour. Cela évite qu'il soit collé à d'autres éléments visuels ou à du texte.

L'espace à respecter autour du symbole correspond à la largeur d'un de ses traits. Pour le logo complet, la marge recommandée équivaut à la largeur de la lettre M dans "Multimédialpes".



Proportions

Le logotype doit toujours conserver ses proportions d'origine. Aucune déformation n'est autorisée. Vous ne devez jamais étirer, compresser, incliner ou modifier le rapport largeur/hauteur du logotype.



Contraste et fond

Pour assurer la reconnaissance immédiate et la lisibilité du logotype dans tous les environnements d'application, il est essentiel de toujours maintenir un contraste suffisant avec l'arrière-plan. Le logotype doit être appliqué sur des fonds qui garantissent que ses couleurs se détachent clairement.



Contraste et fond

Pour l'utilisation d'un fond coloré, il sera préférable d'utiliser les version monochromes noirs et blanches du logotype. De même pour ces versions, il faut garantir un contraste lisible entre le logotype et le fond.



Couleurs



Palette de couleurs

La couleur joue un rôle essentiel dans la singularité visuelle de notre identité et renforce sa reconnaissance. Elle doit être utilisée avec soin et toujours dans le respect de nos standards.



Signification

Les couleurs ont été choisies en cohérence avec l'univers numérique et «pixelisé» propre au BUT MMI. Issues du modèle RVB, elles évoquent directement l'identité visuelle de l'écran, du digital et de la création multimédia. Ce trio chromatique fait écho aux trois domaines du BUT MMI (la création, le développement et la communication) qui composent les projets dépôts étudiants du festival.

Rouge vif

RGB 178 7 16
HEX #FF3A1C
CMYK 0 77 89 0
PMS 1795 C

Développement web

Vert menthe

RGB 57 255 166
HEX #39FFA6
CMYK 78 0 48 0
PMS 3375 C

Création

Bleu intense

RGB 19 101 255
HEX #1365FF
CMYK 93 72 0 0
PMS 2728 C


Communication



Signification


Chaque couleur de notre palette correspond à l'un des mots-clés fondateurs de notre direction artistique. Elles deviennent ainsi un repère graphique, un moyen de renforcer l'identité du festival et d'assurer une continuité entre l'ensemble de nos supports visuels.

Accomplir




Le rouge représente l'action. C'est la couleur de l'accomplissement, du passage à l'acte et du concret dans nos projets.

Générosité



Le vert symbolise la générosité. Il traduit l'envie de transmettre, d'aider et de construire ensemble.

Partager



Le bleu exprime le partage. Il renvoie à la collaboration, aux échanges et à la mise en commun des idées.



Tons neutres

Les tons neutres du festival reposent sur deux valeurs : un noir adouci et un blanc légèrement teinté. Ils ne sont pas totalement purs afin d'éviter les contrastes trop durs. Ces nuances servent de bases équilibrées pour accueillir les couleurs principales sans les écraser, tout en offrant une lisibilité confortable sur l'ensemble des supports.

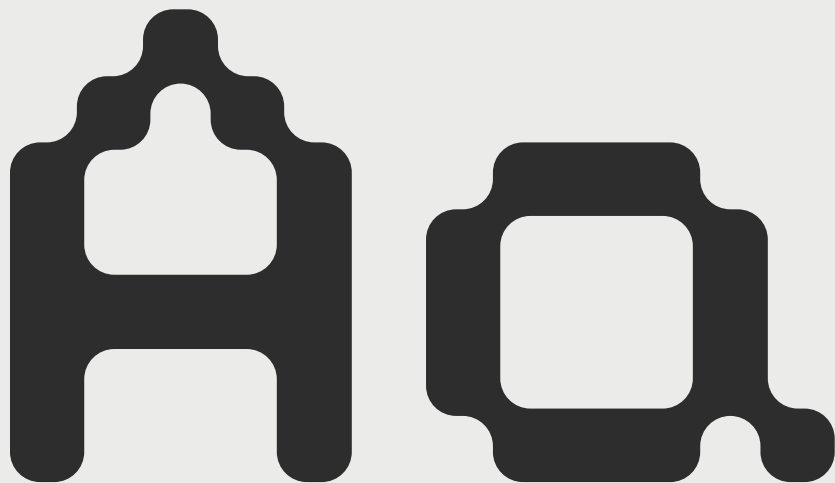


Typographie



Typographie stylisée - Pixelify

Pour ajouter une touche plus créative et rappeler l'univers numérique, nous utilisons Pixelify Sans comme typographie stylisée. Elle est réservée aux éléments d'accent : titres marquants, accroches visuelles, affiches ou détails graphiques liés à l'esthétique pixel. Elle est utilisée en bold et vectorisée pour lui appliquer un border radius pour le côté arrondi.



Pixelify Sans
MULTI Festival
MEDIALPES



Typographie principale - Satoshi

Notre typographie principale est Satoshi : une sans-serif moderne, lisible et flexible, parfaitement adaptée aux supports du festival. Avec son style géométrique, elle fonctionne aussi bien pour les titres que pour les textes plus longs. Satoshi doit être utilisée pour l'ensemble des contenus courants afin de garantir une lecture claire et cohérente sur tous nos supports.

Aa

Satoshi

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



Typographie - Variations

La typographie utilisée peut être déclinée en plusieurs variations. La version en contour uniquement permet d'accentuer la forme des lettres et de créer un style plus marqué, utile pour les titres visuels ou les compositions fortes. Les répétitions typographiques peuvent quant à elles être utilisées comme élément graphique, en motif ou en arrière-plan. Chaque variation doit être utilisée selon le contexte visuel et l'intention recherchée.

Contour
Contour
Contour

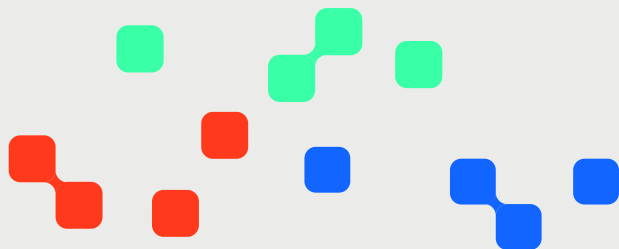


Éléments graphiques



Patterns visuels

Nos éléments graphiques participent pleinement à l'identité visuelle du festival en apportant une touche numérique et créative. Les smooth pixels, avec leurs formes arrondies et souples, revisitent l'esthétique pixel de manière plus moderne et organique, tandis que nos barres visuelles ajoutent de la structure.



Smooth pixels



Lignes visuelles



Effets visuels

Le filtre noir et blanc permet de mettre en valeur les éléments graphiques colorés. L'effet RVB, quant à lui, apporte une touche numérique inspirée des écrans et du «glitch». Utilisés avec parcimonie, ces deux effets créent un univers visuel moderne et cohérent avec un festival MMI.

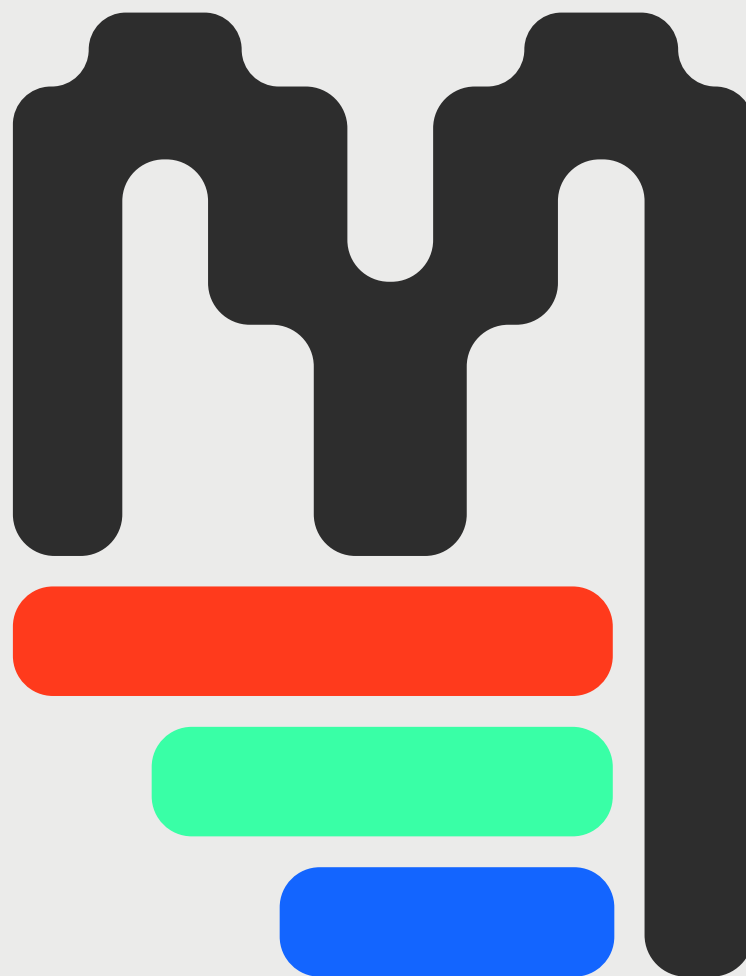


Filtre noir et blanc

RVB

Effet RVB





L'affiche





Pour l'affiche, nous avons fait le choix d'afficher plusieurs éléments :

le logo de Multimedialpes

la date et l'heure de l'événement

le slogan

«symboles» de Multimedialpes

l'adresse du festival le slogan

mots-clés

L'AFFICHE

Afin de faire référence à nos objectifs clés (partager, générosité, accomplir), nous avons fait le choix de faire ressortir les 3 couleurs qui leur font référence : le bleu, le vert et le rouge.

L'Hortensia fait référence aux Alpes. C'est aussi la fleur qui a pour symbolique la générosité.

La télévision fait référence au multimédia ainsi que le bouton play rappelle le média.

La superposition des éléments avec les couleurs fait penser au mot "multi".

L'ensemble reste dans une ambiance rétro avec une vieille télévision ainsi que les images en noir et blanc.

Enfin, un effet RVB a été utilisé pour rappeler notre identité numérique et «pixelisée».

Mise en situation - Mock-ups

L'AFFICHE



Le mock-up de l'affiche permet de projeter notre visuel dans une situation réelle ainsi que de vérifier son impact en conditions d'affichage. Il met en valeur la composition, les couleurs et la lisibilité tout en montrant comment l'affiche fonctionne à échelle réelle.

Cette mise en situation confirme la cohérence des choix graphiques et aide à vérifier que l'affiche attire l'attention efficacement.



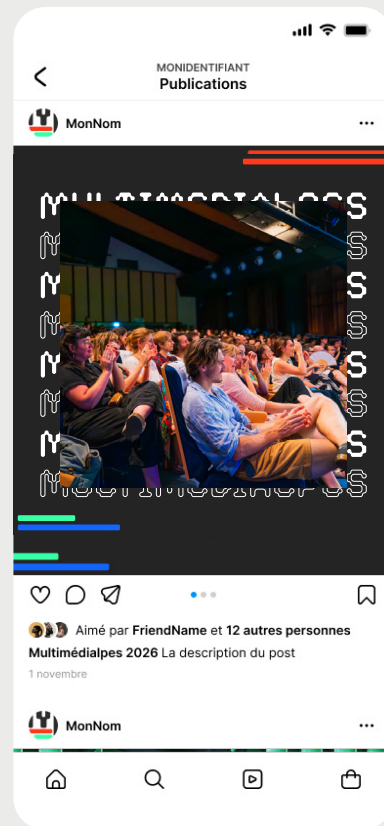
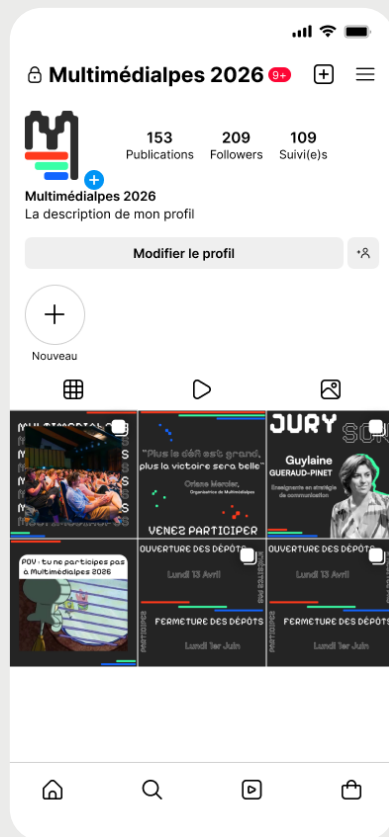
Déclinaisons réseaux-sociaux



Mock-up Instagram

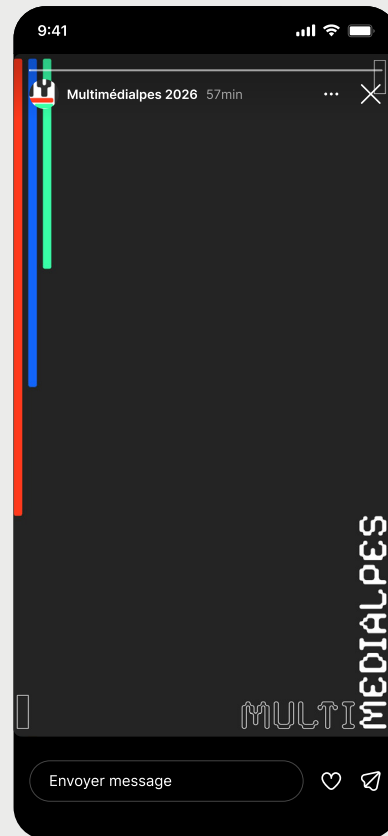
DECLINAISONS RS

Pour illustrer l'adaptation de notre direction artistique aux réseaux sociaux, nous avons réalisé un mock-up du compte Instagram du festival. Cette mise en situation permet de visualiser comment nos couleurs, notre typographie et nos éléments graphiques s'intègrent dans l'interface réelle de la plateforme. Le mock-up montre la cohérence de l'identité visuelle sur les posts, stories et aperçus de profil, et permet d'évaluer l'impact visuel du festival dans un contexte de communication numérique.



Habillage type d'une story Instagram

DECLINAISONS RS



La plupart des éléments graphiques sont présents : lignes visuelles de couleurs, typographie en contour et entière pour rappeler la communication. Le logo n'est pas utilisé car le texte en bas à droite est déjà présent pour mieux occuper l'espace. Le contenu des storys doit se placer en centre et ne pas dépasser la bande verte à gauche, le rectangle en haut et en bas; et le texte "medialpes" à droite.



Posts Instagram

DECLINAISONS RS



Post annonce des dates-clés

Les titres sont en gras et en police Pixelify Sans arrondie pour les informations les plus importantes. Les sous-titres en contour sont répartis pour mieux occuper l'espace disponible. Le rappelle des couleurs est présent pour séparer les deux parties du post : ouverture et fermeture des dépôts. Les dates sont toujours écrites avec la police Satoshi en contour.



Post ouverture / fermeture

Les titres sont en gras et en police Pixelify Sans arrondie pour les informations les plus importantes. Les sous-titres en contour sont répartis pour mieux occuper l'espace disponible. Le rappelle des couleurs est présent pour séparer les deux parties du post : ouverture et fermeture des dépôts. Les dates sont toujours écrites avec la police Satoshi en contour.



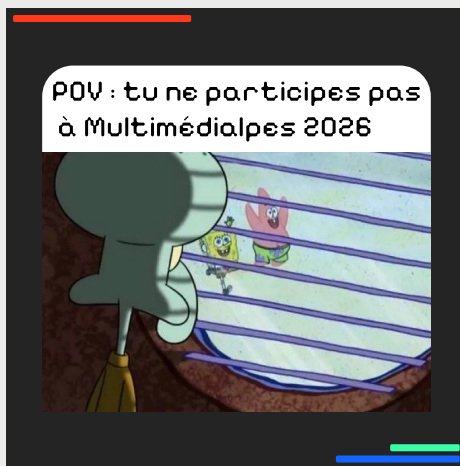
Posts Instagram

DECLINAISONS RS



Post citation

Toujours mettre les lignes visuelles de couleurs en évidence en plus d'un titre quelque part qui incite à participer au festival. La citation en elle-même doit être coupée afin que la police principale soit en contour et entière. Toujours indiquer le nom et prénom de la personne à qui appartient la citation en plus de sa fonction. Ici, les smooth pixels des trois couleurs sont utilisés pour remplir l'espace vide.



Post meme

Comme pour le post de la photo, les lignes visuelles de couleurs suivent la même règle que le post photo. La photo de meme ne doit pas être mis en noir et blanc car on risque de perdre de l'information. Le texte est écrit avec la police des titres en noir sur un fond blanc s'il n'est pas directement sur l'image.



Post photo

Au lieu de poster une simple photo, celle-ci est encadrée par le texte "multimédialpes" alternée en entier et en contour. Pour les lignes visuelles de couleurs, chaque couleur doit n'être utilisée qu'une seule fois dans le post lorsqu'il y a déjà énormément d'informations.

Comme la photo est assez complexe et n'est pas qu'un simple élément, elle n'est mis en noir et blanc.

Posts Instagram

DECLINAISONS RS



Post jury

Au lieu de poster une simple photo, celle-ci est encadrée par le texte “multimedialpes” alternée en entier et en contour. Pour les lignes visuelles de couleurs, chaque couleur doit n’être utilisée qu’une seule fois dans le post lorsqu’il y a déjà énormément d’informations.

Comme la photo est assez complexe et n’est pas qu’un simple élément, elle n’est mise en noir et blanc.

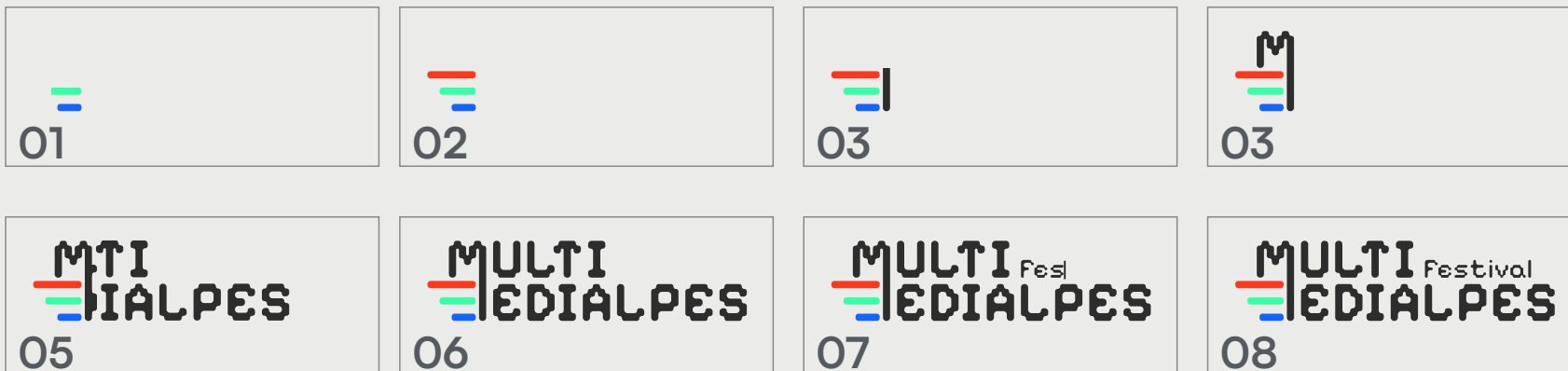


Motion design des logotypes



Motion design du logo complet

Pour le motion design du logo entier, l'idée est qu'il soit dynamique mais tout de même assez simple dans son animation. C'est pourquoi le logo entier apparaît petit à petit en commençant par la gauche du logo dans le sens de lecture. Chaque élément apparaît d'une façon différente pour que l'animation soit intéressante du début à la fin. Tous ces choix servent à créer un motion design dynamique et rapide qui ne se répète pas.

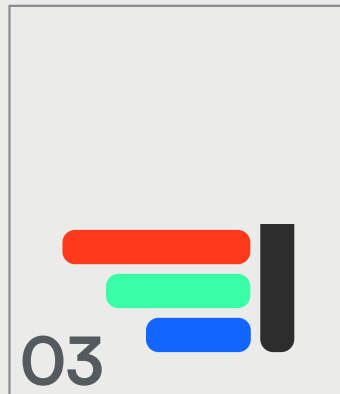
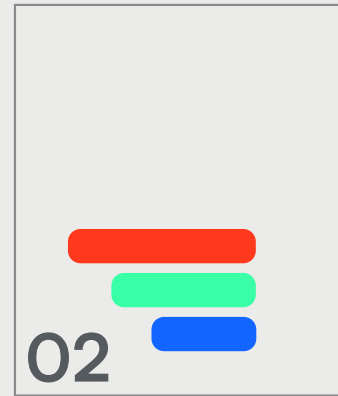
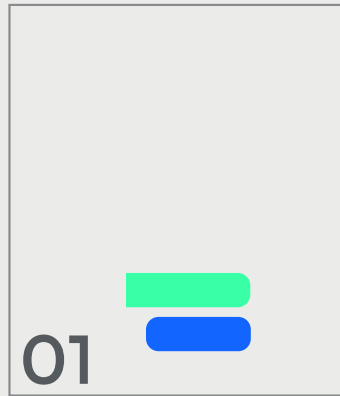


Le motion design du logo s'anime comme ceci : la première étape sont les lignes visuelles de couleurs qui s'étirent de leur côté gauche avec un petit peu d'effet bounce en commençant par le bleu, puis le vert et le rouge. Puis le M s'écrit en partant de la grande jambe en suivant la forme de la lettre. Ensuite le reste de "Multimedialpes" apparaît de derrière la grande jambe du M. Et pour finir, "festival" s'écrit lettre par lettre comme quelqu'un qui le tape au clavier. La petite barre d'un texte qui s'écrit sur ordinateur est également présente et clignote à la fin de l'animation. Ces étapes s'animent en 3 secondes.



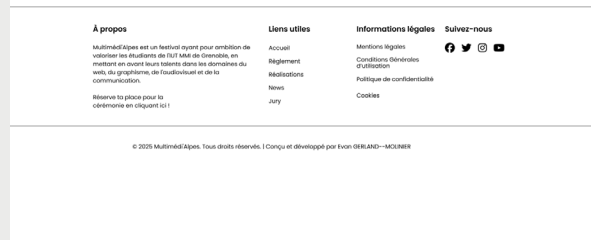
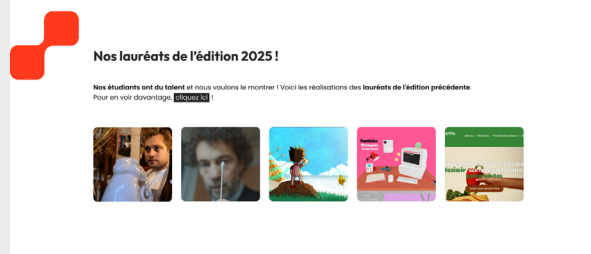
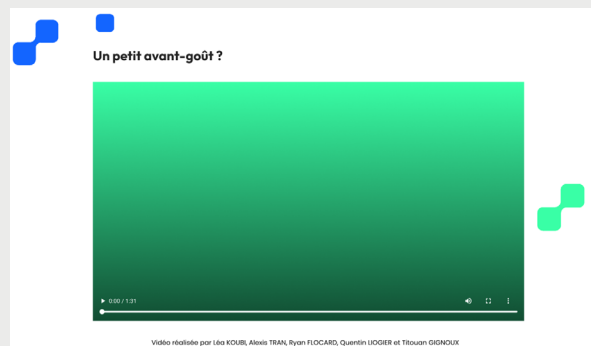
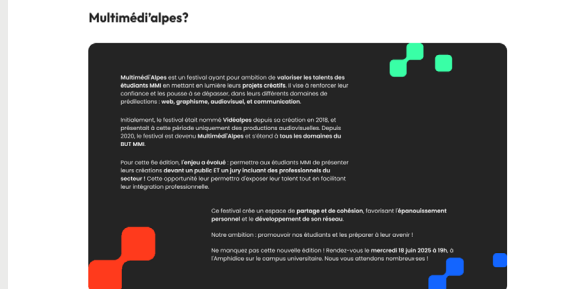
Motion design du logo réduit

L'animation du logo réduit est la même que celle du logo entier, seulement adapté à cette déclinaison. Il fallait rester simple et ne pas changer d'animation sur les éléments similaires entre les deux logos pour garder la cohérence.



Habillage du site





L'habillage du site est construit sur un fort contraste noir et blanc qui permet de hiérarchiser l'information efficacement. Les blocs sombres, comme l'en-tête et la bannière, sont utilisés pour poser l'identité visuelle et faire ressortir les pixels RVB, tandis que les zones de contenu et de média restent sur fond blanc pour aérer la page et garantir une lisibilité optimale. Cette alternance crée une rupture visuelle qui structure le scroll et évite la fatigue visuelle, guidant l'œil de l'utilisateur vers les productions étudiantes mises en lumière sur un fond clair et neutre.



MEPOH

Merchandising

MEPOH



Merchandising

MERCH



Cette sélection de produits a été pensée pour être concrètement utile et correspondre à notre mode de vie étudiant. Le mug est un choix logique pour nous en MMI car nous passons nos journées devant les écrans à boire du café, c'est donc l'accessoire de bureau qui servira vraiment. Le tote bag a été retenu parce que tout le monde l'apprécie pour son côté pratique et universel, c'est une valeur sûre pour transporter ses affaires de cours ou personnelles. Pour la casquette, nous avons spécifiquement voulu du velours côtelé car cette matière apporte une texture plus sympa qui souligne la douceur et l'ambiance conviviale du festival. Enfin, le t-shirt mise sur une coupe unisexe pour rester cool et efficace, afin que chaque participant puisse le porter facilement sans se poser de questions.



