

CHARTRE GRAPHIQUE

DE L'UNIVERSITÉ DE GENÈVE

www.unige.ch/chartegraphique



CHARTE GRAPHIQUE

L'objectif de cette charte graphique est d'édicter un ensemble de règles cohérentes pour l'utilisation du logo de l'Université sur les différents supports de communication. Elle vise également à harmoniser et à renforcer la lisibilité de toutes les actions de communication en interne comme à l'externe. Des règles d'application claires et simples ont été définies afin que cette charte soit la moins contraignante possible.

La créativité de chacun doit pouvoir s'exprimer. La charte graphique offre le cadre de référence au sein duquel chacun des documents doit trouver sa place. Ce cadre n'est pas figé et évoluera naturellement avec les années.

Pour tout usage dont les caractéristiques ne figurent pas dans ce document, le Service de communication (communication@unige.ch) doit valider les choix graphiques effectués.

Il importe en effet qu'un sentiment de qualité et de continuité visuelle émane des documents, vecteurs de l'image de l'Institution.

Logotype.....	4
Couleurs institutionnelles.....	10
Caractères typographiques.....	11
Brochures.....	12
Affiches, flyers et dépliants.....	16
Données techniques.....	26
Set administratif.....	30
Centres conjoints.....	38

LOGOTYPE UNIGE

Les logos, par définition, sont considérés comme des images. Aucun élément constitutif du logo ne peut être modifié.

Le logotype de l'UNIGE est constitué de deux éléments:



- les **armoiries du canton de Genève**, qui symbolisent l'histoire pluriséculaire de l'institution;
- l'**inscription «Université de Genève»**, dans la police de caractères TheSans, qui met en avant son côté moderne et dynamique.

DIMENSIONS

Quelles que soient les dimensions du logotype, le rapport entre le visuel et les mots est fixe. Une attention particulière sera portée au respect des mises à l'échelle homothétiques (pas d'étirement du texte, pas de modification du rapport hauteur-largeur, etc.).

VARIANTES COULEUR DU LOGO

Le logo peut être employé en couleur (quadrichromie ou pantone), en noir et blanc, ou en négatif (blanc ou noir).



version couleur (quadri ou pantone)



version en négatif noir



version noir et blanc



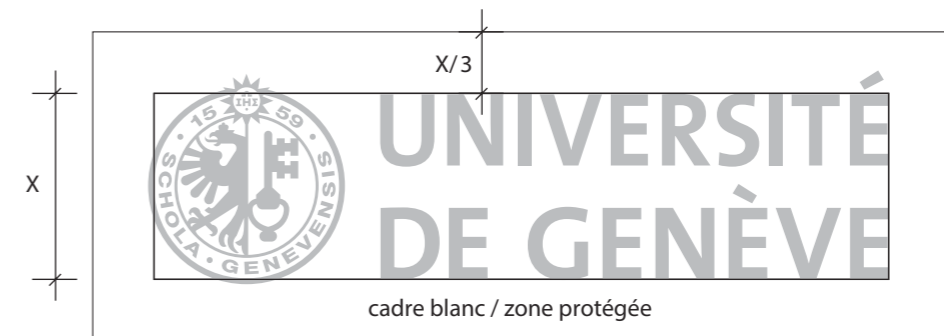
version en négatif blanc

CONSTRUCTION ET PROPORTIONS

La hauteur du logotype Université de Genève est identique à la hauteur du sceau (x).



PROPORTION DU CADRE BLANC / ZONE PROTÉGÉE AUTOUR DU LOGOTYPE



DÉCLINAISONS DU LOGO

Le logo de l'UNIGE peut se décliner pour les facultés, les centres et autres services de l'administration centrale. Dans ce cas, le texte sous le filet est modifié en fonction de la structure concernée. Ces déclinaisons sont essentiellement utilisées sur la papeterie, les cartes de visite et de compliments.

Les logos sont disponibles sur: www.unige.ch/logo

Si un logo ou sa traduction anglaise est absent du site, contactez le Service de communication (communication@unige.ch) qui le réalisera dans les plus brefs délais.

LOGOTYPES – ADMINISTRATION CENTRALE ET RECTORAT



LOGOTYPES – INSTITUTS, CENTRES INTERFACULTAIRES



LOGOTYPES – FACULTÉS

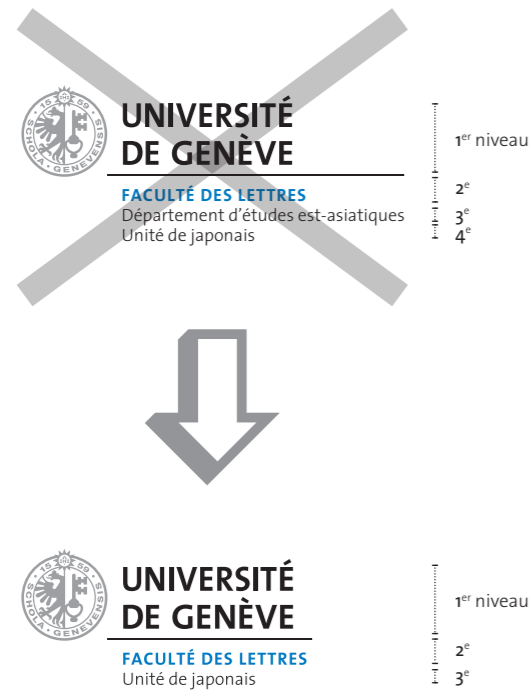


SECTION / DÉPARTEMENT / UNITÉ

Les logotypes des sections, départements et unités sont déclinés au maximum sur trois niveaux, mention de la faculté comprise.



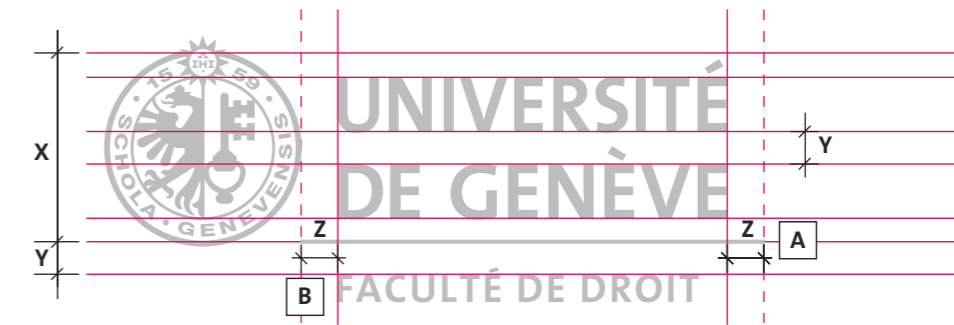
Il n'est pas possible d'utiliser le logotype avec plus de trois niveaux.



CONSTRUCTION ET PROPORTIONS

La hauteur des caractères UNIVERSITÉ DE GENÈVE est plus petite que dans le logo principal et alignée sur la hauteur du cercle intérieur du sceau.

La distance entre UNIVERSITÉ et DE GENÈVE (y) est identique à la distance entre le filet et le début du nom de la faculté, institut et centre.



A/Filet noir à aligner à droite sur texte B lorsque le texte est plus long que le logotype Université de Genève (exemple ci-dessous, logo du Département de sociologie).
Si le texte est plus court, la distance (z) sera identique de chaque côté du filet (exemple ci-dessus, logo de la Faculté de droit).

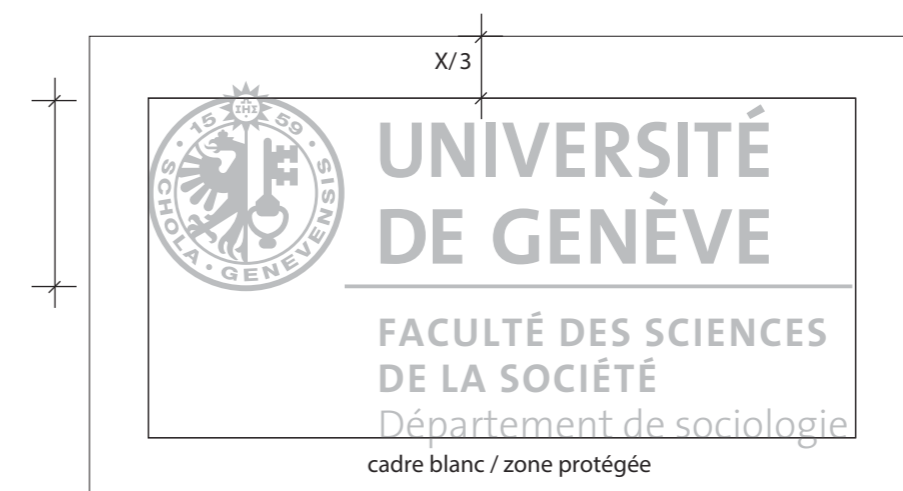
B/Pour Faculté / Institut :

Police : TheSans Bold Plain
Corps : 15 pts
Interligne : 17 pts
Approche : 60
Texte : en capitales

C/Pour Département ou autres :

Police : TheSans Light Plain
Corps : 15 pts
Interligne : 17 pts
Approche : 0
Texte : en bas de casse

PROPORTION DU CADRE BLANC / ZONE PROTÉGÉE AUTOUR DU LOGOTYPE



COULEURS INSTITUTIONNELLES

Il existe une couleur-code pour l'ensemble de l'Université (administration centrale, centre et institut interfacultaires), ainsi que pour chaque faculté. Pour les utilisateurs d'InDesign, un nuancier avec les références pantone et quadrichromie est disponible en ligne: www.unige.ch/charte graphique

UNIVERSITÉ DE GENÈVE, ADMINISTRATION CENTRALE ET CENTRES INTERFACULTAIRES

Pantone: 214C	Quadri: Cyan 0%
Code hex. #CF0063	Magenta 100%
RGB 207,0,99	Yellow 34%
	Black 8%

SCEAU

Pantone: -	Quadri: Cyan 0%
Code hex. #A3A3A3	Magenta 0%
RGB 163,163,163	Yellow 0%
	Black 45%

FACULTÉ DES SCIENCES

Pantone: 3288C	Quadri: Cyan 100%
Code hex. #007E64	Magenta 0%
RGB 0,126,100	Yellow 55%
	Black 15%

FACULTÉ DE MÉDECINE

Pantone: 221C	Quadri: Cyan 0%
Code hex. #96004B	Magenta 100%
RGB 150,0,75	Yellow 15%
	Black 30%

FACULTÉ DES LETTRES

Pantone: 300C	Quadri: Cyan 100%
Code hex. #0067C5	Magenta 44%
RGB 0,103,197	Yellow 0%
	Black 0%

FACULTÉ DES SCIENCES DE LA SOCIÉTÉ

Pantone: 130C	Quadri: Cyan 0%
Code hex. #F1AB00	Magenta 35%
RGB 241,171,0	Yellow 100%
	Black 0%

FACULTÉ DE DROIT

Pantone: 200C	Quadri: Cyan 3%
Code hex. #BA0C2F	Magenta 100%
RGB 186,12,47	Yellow 66%
	Black 12%

FACULTÉ AUTONOME DE THÉOLOGIE PROTESTANTE

Pantone: 2617C	Quadri: Cyan 87%
Code hex. #4B0B71	Magenta 100%
RGB 75,11,113	Yellow 0%
	Black 15%

FACULTÉ DE PSYCHOLOGIE ET DES SCIENCES DE L'ÉDUCATION

Pantone: 3262C	Quadri: Cyan 81%
Code hex. #00B1AE	Magenta 0%
RGB 0,177,174	Yellow 36%
	Black 0%

FACULTÉ D'ÉCONOMIE ET DE MANAGEMENT

Pantone: 5405C	Quadri: Cyan 68%
Code hex. #465F7F	Magenta 35%
RGB 70,95,127	Yellow 17%
	Black 30%

FACULTÉ DE TRADUCTION ET D'INTERPRÉTATION

Pantone: 152C	Quadri: Cyan 0%
Code hex. #FF5C00	Magenta 65%
RGB 255,92,0	Yellow 100%
	Black 0%

CARACTÈRES TYPOGRAPHIQUES

La police de caractères TheSans dessinée par Luc(as) de Groot en 1994 fait partie de la famille de caractères dite linéale ou bâton. Elle allie élégance, dynamisme et modernité. Elle est utilisée pour l'ensemble des publications imprimées (brochures, documentations, etc.) dans la mesure du possible. A défaut, la police Arial peut lui être substituée.

Pour le courrier et les applications internes (correspondance, etc.), la police de caractères Arial est la norme. Pour le multimédia (Intranet, PowerPoint, Internet), les polices de caractères Verdana et Arial sont employées.

Sur certains documents à valeur ajoutée et pour donner une certaine marge de créativité, d'autres polices de caractères peuvent être utilisées pour dynamiser les titres ou rythmer les textes et intertextes. Deux polices à empattement, TheSerif (même famille que TheSans) et Georgia, sont fréquemment utilisées.

TheSans light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

TheSans plain ou regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

TheSans semi-bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

TheSans bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

BROCHURES

Une ligne graphique a été définie pour la couverture des publications. Pour la mise en page intérieure, il est demandé d'utiliser la police de caractères TheSans, qui peut bien sûr être couplée avec une autre police. La police Georgia est souvent retenue pour les titres et sous-titres.

BANDEAU VERSUS TAQUETS

Depuis 2006, l'animation graphique est constituée de deux éléments, une forme de «L» et un taquet horizontal, lequel est surmonté du logo. Aujourd'hui, elle est remplacée par un bandeau horizontal dans lequel est inscrit le logo en blanc. Pour les publications couleur, le bandeau reprend la couleur de l'UNIGE ou celle de la faculté. Dans les cas rares de publications en noir et blanc, un gris 60% sera choisi pour le bandeau.



charte 2006



charte 2012

Le bandeau de couleur peut se poursuivre au dos de la brochure et contenir des informations. La photographie ou le visuel peut également se poursuivre au dos de la brochure.



dos de couverture

1^{re} de couverture

UN SEUL LOGO

Pour les publications d'une faculté, d'un centre ou d'un service de l'administration centrale, **le logo de l'UNIGE est privilégié à celui de la faculté, du centre ou du service**, qui plus est quand l'un d'entre eux est mentionné dans le titre.

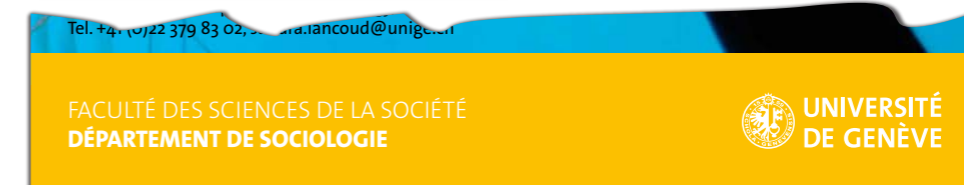


charte 2006



charte 2012

Si la mention de la faculté, du centre ou du service est nécessaire, elle est écrite en toutes lettres dans le bandeau, à gauche. Des informations pratiques peuvent également y être insérées.



LOGOS PARTENAIRES

Dans le cas de publications en partenariat avec d'autres institutions ou organismes, leurs logos peuvent figurer soit au dos de la publication, soit dans le bandeau. Dans ce dernier cas de figure, on privilégiera un logo blanc.

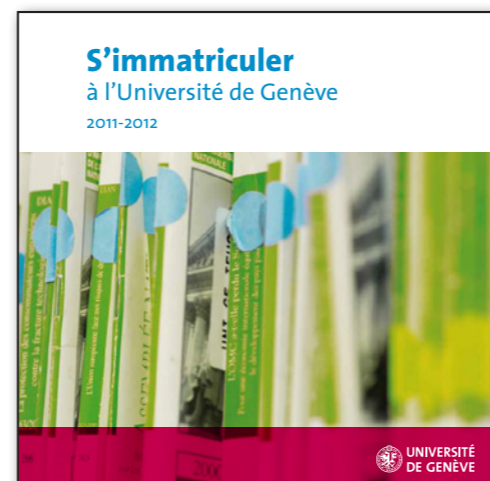


UN PLUS GRAPHIQUE – LE MARIAGE BANDEAU-IMAGE

Il est possible de faire apparaître l'image en filigrane en appliquant au bandeau de couleur le mode de fusion «produit».



bandeau sans mode de fusion



bandeau avec mode de fusion «produit»
l'image apparaît sous le bandeau

CAS EXCEPTIONNELS SOUMIS À AUTORISATION

Pour certains événements exceptionnels ou campagnes de communication institutionnelle, ou lorsque le support ne le permet pas (format trop petit, par exemple), le bandeau peut être:

- d'une couleur autre que celle de l'institution ou d'une faculté;
- absent du document.

Le Service de communication se réserve le droit d'autoriser ou non ces dérogations à la charte. Dans le cas de l'une de ces dérogations susmentionnées, il sera demandé à ce que **l'affiliation visuelle à l'institution soit renforcée** par l'utilisation accrue de la couleur UNIGE, de la police de caractères TheSans ou par tout autre moyen graphique.



couverture d'une brochure trop petite
pour l'utilisation optimale du bandeau (14x10 cm)

DONNÉES TECHNIQUES

La grandeur du bandeau et l'emplacement du logo sont expliqués en page 26.

PAPIERS

L'Université de Genève a choisi de suivre les prescriptions de l'Etat de Genève et utilise les produits recyclés et les papiers labellisés FSC.

AFFICHES, FLYERS ET DÉPLIANTS

La ligne graphique s'applique également aux affiches, flyers et dépliants. La police de caractères TheSans est employée pour la majorité du contenu. Elle peut être couplée avec une autre police, généralement Georgia. Une grande liberté est laissée pour l'écriture des titres afin de permettre une large diversité dans la réalisation de ces documents de communication.

BANDEAU VERSUS TAQUETS

Comme pour les publications, les taquets sont remplacés par un bandeau horizontal dans lequel est inscrit le logo en blanc. Le bandeau reprend la couleur de l'UNIGE ou celle de la faculté ou du centre. Dans les cas rares de document en noir et blanc, un gris 60% sera choisi pour le bandeau.

UN SEUL LOGO

Dans le cas de document d'une faculté, d'un centre ou d'un service de l'administration centrale, **le logo de l'UNIGE est préféré à celui de la faculté, du centre ou du service.** Si la mention de l'un d'entre eux est nécessaire, elle sera inscrite en toutes lettres dans le bandeau, à gauche. En plus de la mention, des informations pratiques peuvent y être insérées.

Vendredi 4 juin 2010, 13h
Uni Dufour (Salle U259)

Atelier en épistémologie

NORMES D'ASSERTION



Conférenciers invités

Peter Milne (Stirling)
"The Knowledge Norm of Assertion:
A Defence Against Some Recent Criticisms"

Filip Buikens (Tilburg)
"Faultless Disagreement, Assertions and the Expressive
Dimension of Speech Acts"

Répondants

Davide Fassio (UNIGE)
Julien Dutant (UNIGE/Oxford)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
FACULTÉ DES LETTRES

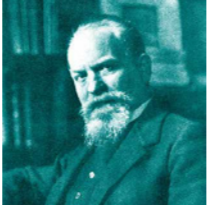



Judi 25 novembre 2010 | 18h-19h30
Uni Bastions, auditoire B 106

1^{re} conférence Jeanne Hersch 2010

JUDGMENT AND RATIONALITY: A HUSSERLIAN VIEW

par la prof. **Leila Haaparanta**
(Université de Tampere)

Rappel: **Judi 11 novembre, 19h** (auditoire B 106)
Inauguration de l'auditoire Jeanne Hersch, et
conférence-débat «Courage de l'action, courage
de la pensée» avec Cynthia Fleury et Frédéric
Worms, et la participation de Jean Starobinski

FACULTÉ DES LETTRES
DÉPARTEMENT DE PHILOSOPHIE

UNIVERSITÉ DE GENÈVE

inscrite dans la partie gauche du bandeau, la faculté acquiert une visibilité plus grande qu'auparavant, et le département peut en outre être mentionné

Cours public 2011
Les mercredis, de 18h15 à 19h
Uni Bastions, salle B101

«Tel est fol qui pense estre sage»

Folie et sagesse au Moyen Age

2 mars	Opicinus de Canistris: un cartographe du délire? Franco Morenzoni	6 avril	Mélancolie et mélancoliques dans la littérature médicale byzantine André-Louis Key
9 mars	Une méditation sur le thème de la Sagesse – «L'initiale historiée introduisant les homélies d'Origène sur la Genèse» (Saint-Omer, B.M., Ms 34, fol. 1v) Geneviève Morellec	13 avril	Albert Dürer illustrateur de La Nef des fous de Sébastien Brant Térence Le Deschault de Monredon
16 mars	Sagesse proverbiale et folie de la parodie: les débats de Salomon et Marculf Yasmina Foehr-Janssens	4 mai	Le masque du Fol, cocasse déguisement d'une sagesse ordinaire Patrizia Romagnoli
23 mars	«Vanité des hommes et délire de Dieu». La légende de Simon de Tournai ou le blasphème et son châtiement Leone Gazziero	11 mai	Bonaventure. La sagesse comme itinéraire vers Dieu Michel Grandjean
30 mars	Charles VI. Le roi fou aimé de son peuple Mathieu Caesar	18 mai	Fous et simples des Alpes médiévales Pierre Dubuis
		25 mai	Les fous d'amour, de Tristan au Roland furieux Jean-Yves Tillet

CENTRE D'ÉTUDES MÉDIÉVALES

UNIVERSITÉ DE GENÈVE

Le mercredi, 18h-20h
Tous les quinze jours | Uni Bastions, salle B106

Cours public (semestre de printemps)

MORALE PRIVÉE - ÉTHIQUE PUBLIQUE?

organisé par le prof. **Alberto Bondolfi**,
prof. d'éthique à la Faculté de théologie

Début: mercredi 9 mars 2011
Renseignements: 022 379 74 22, le matin
www.unige.ch/theologie

FACULTÉ DE THÉOLOGIE

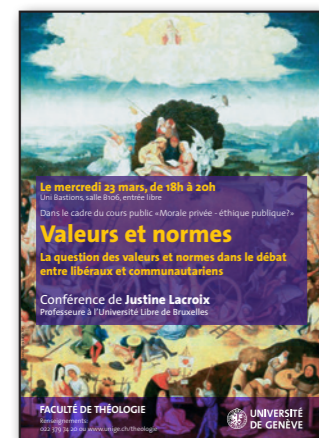
UNIVERSITÉ DE GENÈVE



coin gauche du bandeau



coin gauche du bandeau



coin gauche du bandeau



Dans le cas d'un dépliant C6/5, la mention de la faculté, du centre ou du service, n'est pas obligatoirement insérée dans le bandeau. Elle est plus visible en haut à gauche.



dépliant C6/5 trois volets (feuille A4 pliée en 3)



www.unige.ch/sciences/biologie



Dans le cas d'un petit format (A6, C6/5) recto-verso, le ou les logos ne figurent pas sur la couverture mais au verso du document.



recto et verso d'une invitation C6/5



recto et verso d'un flyer A6



DEUX STRUCTURES UNIGE POUR UN ÉVÉNEMENT

Lorsque deux (ou plusieurs) structures de l'Université collaborent à l'organisation d'un même événement, les structures organisatrices sont mentionnées en toutes lettres, à gauche du logo. S'il s'agit de deux facultés, la couleur institutionnelle est employée.

En aucun cas, deux logos institutionnels ne doivent figurer côte à côte sur un même document.

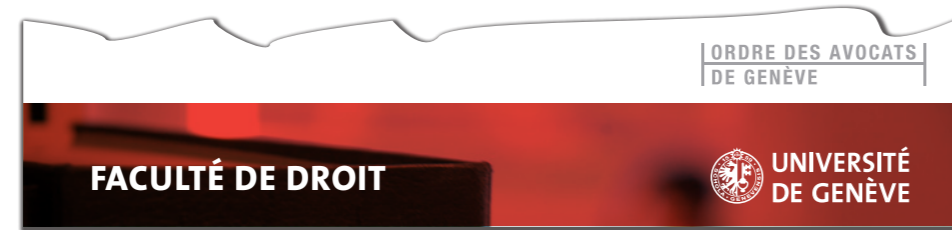


LOGOS PARTENAIRES

Dans le cas de projet en partenariat avec d'autres institutions ou organismes, le ou les logos peuvent soit figurer dans le bandeau, soit juste au-dessus de ce dernier ou en haut du document. Si le logo du partenaire figure dans le bandeau, on privilégiera alors un logo blanc.

En cas de difficulté, le Service de communication (communication@unige.ch) est à disposition pour trouver des solutions satisfaisant toutes les parties.





Lorsqu'il n'est pas possible de mentionner la faculté, le centre ou le service dans le bandeau, en raison, par exemple, d'un trop grand nombre de partenaires, il est permis d'employer le logo facultaire ou structurel.



PARTENARIAT AVEC D'AUTRES INSTITUTIONS

Dans certains cas de partenariat avec d'autres institutions ou organismes, il est demandé de faire au mieux pour donner de la visibilité à l'Université par l'utilisation d'un aplat de couleurs avec des logos en blanc ou par l'emploi de la couleur institutionnelle.



CAS EXCEPTIONNELS SOUMIS À AUTORISATION

Pour certains événements exceptionnels ou campagnes de communication institutionnelle, ou lorsque le support ne le permet pas (format trop petit, par exemple), le bandeau peut être:

- d'une couleur autre que celle de l'institution ou d'une faculté;
- absent du document.

Le Service de communication se réserve le droit d'autoriser ou non ces dérogations à la charte. Dans le cas de l'une de ces dérogations susmentionnées, il sera demandé à ce que **l'affiliation visuelle à l'institution soit renforcée** par l'utilisation accrue de la couleur UNIGE, de la police de caractères TheSans ou par tout autre moyen graphique.



visuel de petite taille (format A6 paysage)



à défaut du bandeau rose UNIGE, utilisation de la couleur et de la police de caractères UNIGE

DONNÉES TECHNIQUES

La grandeur du bandeau et l'emplacement du logo sont expliqués en page 26.

PAPIERS

L'Université de Genève a choisi de suivre les prescriptions de l'Etat de Genève et utilise les produits recyclés et les papiers labellisés FSC.

r é s u m é

Elements clés de la charte UNIGE pour les publications

AaBbCcDd

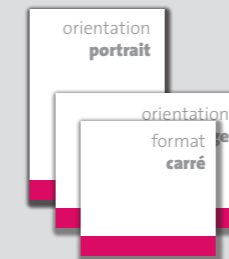
Police de **caractère**: «The Sans» dans toutes ses variantes de graisse. L'«Arial» peut être employée comme alternative.



Le **logo** officiel de l'UNIGE est employé en blanc.



Les facultés, les centres interfacultaires, les instituts et l'administration centrale sont identifiés par un **code couleur**.



Toute publication (brochure, flyer, dépliant, affiche) comporte un **bandeau en pied de page**. Ce dernier prend la couleur de la structure éditrice.



Le bandeau en **pied de page** accueille la mention de la structure éditrice dans sa partie gauche et le logo UNIGE dans sa partie droite.

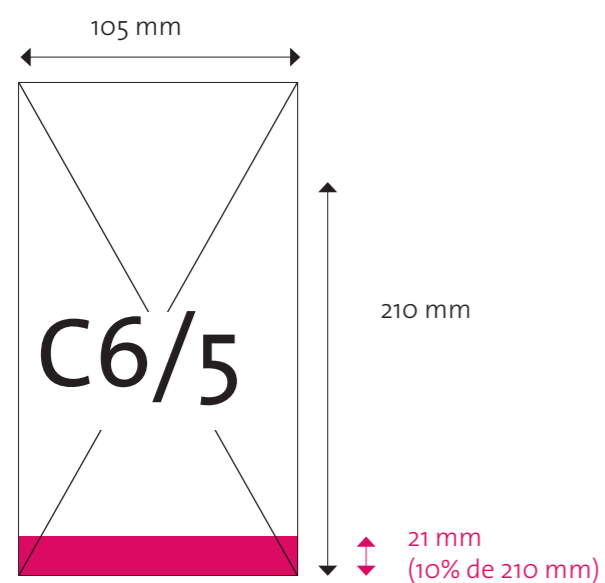
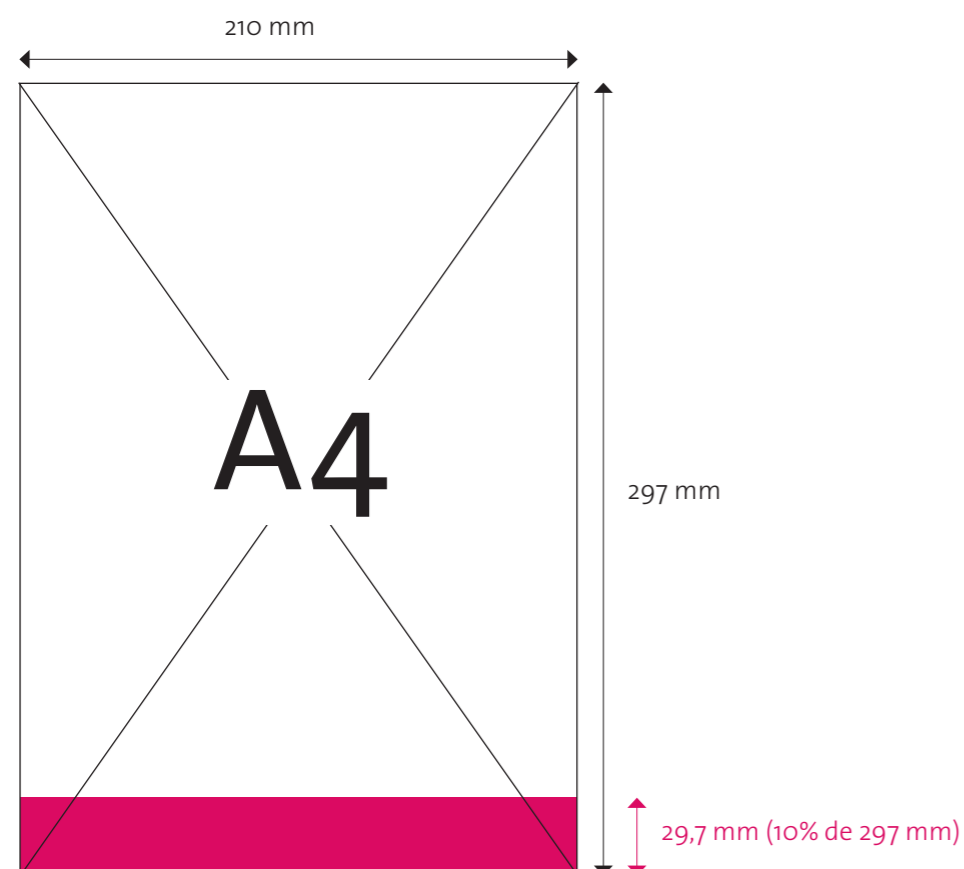


Le bandeau est généralement utilisé en **transparence** sur le fond (mode de fusion «produit»). Alternativement, il peut apparaître complètement opaque.

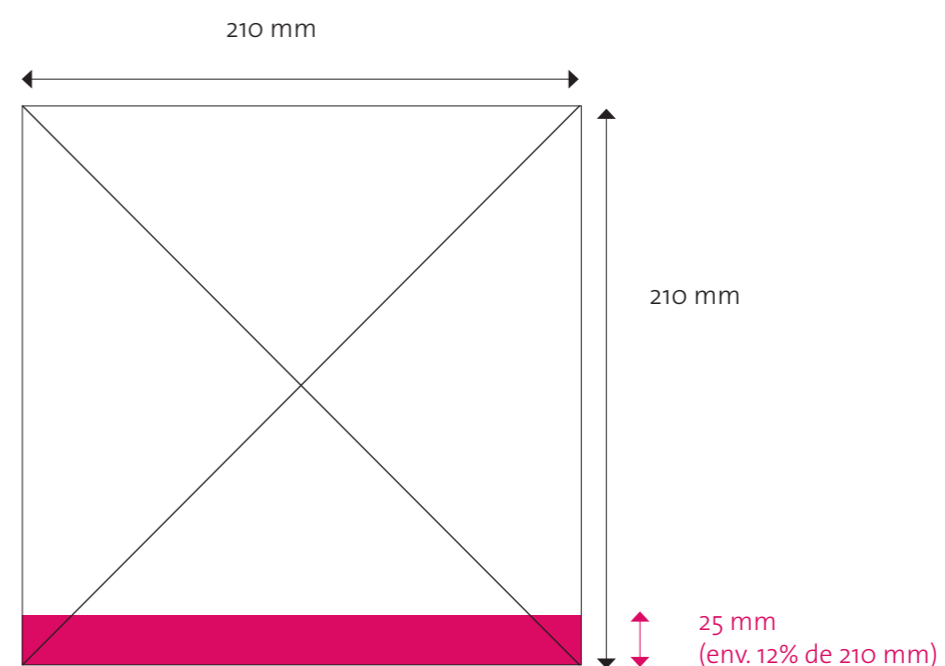
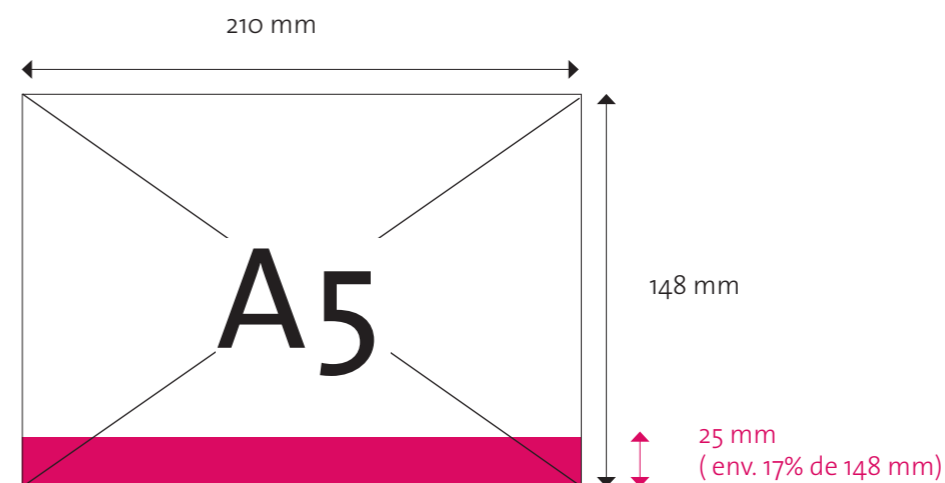
DONNÉES TECHNIQUES

DIMENSIONS DU BANDEAU

Pour les publications en format portrait standard (A4, A5), le bandeau occupe 10% de la hauteur totale du document. A adapter proportionnellement pour tout format homothétique (A0, A1, A2, A3...). Des modèles InDesign et PowerPoint sont disponibles en ligne: www.unige.ch/chartegraphique



Pour les publications en format paysage, la hauteur du bandeau est d'environ 17% de la hauteur totale du document, soit 25 mm pour un format A5 paysage. Pour un format carré de 21 sur 21 cm, le bandeau est d'environ 12%, soit 25 mm. A adapter proportionnellement pour tout format homothétique.



Pour des publications au format non standard, la hauteur du bandeau est à adapter au mieux en fonction de la hauteur totale du document. Le Service de communication fournit sur demande les dimensions du bandeau pour des publications aux formats inhabituels.

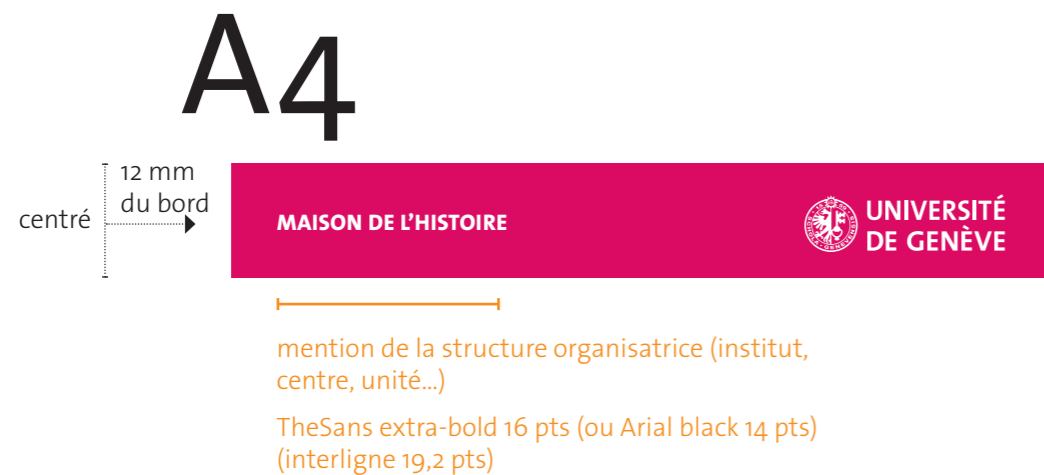
DIMENSION ET POSITION DU LOGO

La taille du logo varie en fonction du format du support. Pour le format A4, elle est à 50% de la taille initiale du fichier eps disponible en ligne. A adapter proportionnellement pour les autres supports.



DIMENSION & POSITION DE LA MENTION

La mention de la structure organisatrice (faculté, institut, département, unité...) varie en fonction du format du support. Pour le format A4, le corps de texte est de 16 pts en TheSans extra-bold (14 pts en Arial black). A adapter proportionnellement en fonction des supports.



Dans les exemples ci-dessous, «Faculté des lettres» et «Faculté des sciences économiques et sociales, Département de science des services» n'ont pas le même corps de texte. Il est donc à ajuster au mieux en fonction du nombre de lignes. Dans le cas de mention à deux niveaux, la faculté est en TheSans light (ou Arial), alors que le département (ou unité, section...) est en TheSans extra-bold (ou Arial black).



Dans le cas de «mentions multiples» (collaborations internes), on peut être amené à écrire sur trois voire quatre lignes. L'écriture «light» ou «extra-bold» est à adapter en fonction. Pour rappel, la couleur institutionnelle est employée lors de collaboration plurifacultaire.



Quand des informations pratiques sont insérées dans le bandeau, en bas à gauche, la graisse et le corps du texte sont laissés au libre choix du graphiste (voir exemples page 18).

SET ADMINISTRATIF

MODÈLES DE LETTRES A4

Des documents en format word (version neutre, version avec mention de la personne, couleur et noir-blanc) sont disponibles en ligne: www.unige.ch/papeterie

En-tête de lettre A4 - Faculté / Institut

Logo importé à 50 % de sa taille initiale (fichier fourni)

La police de caractères Arial est utilisée comme police de substitution.

Emplacement

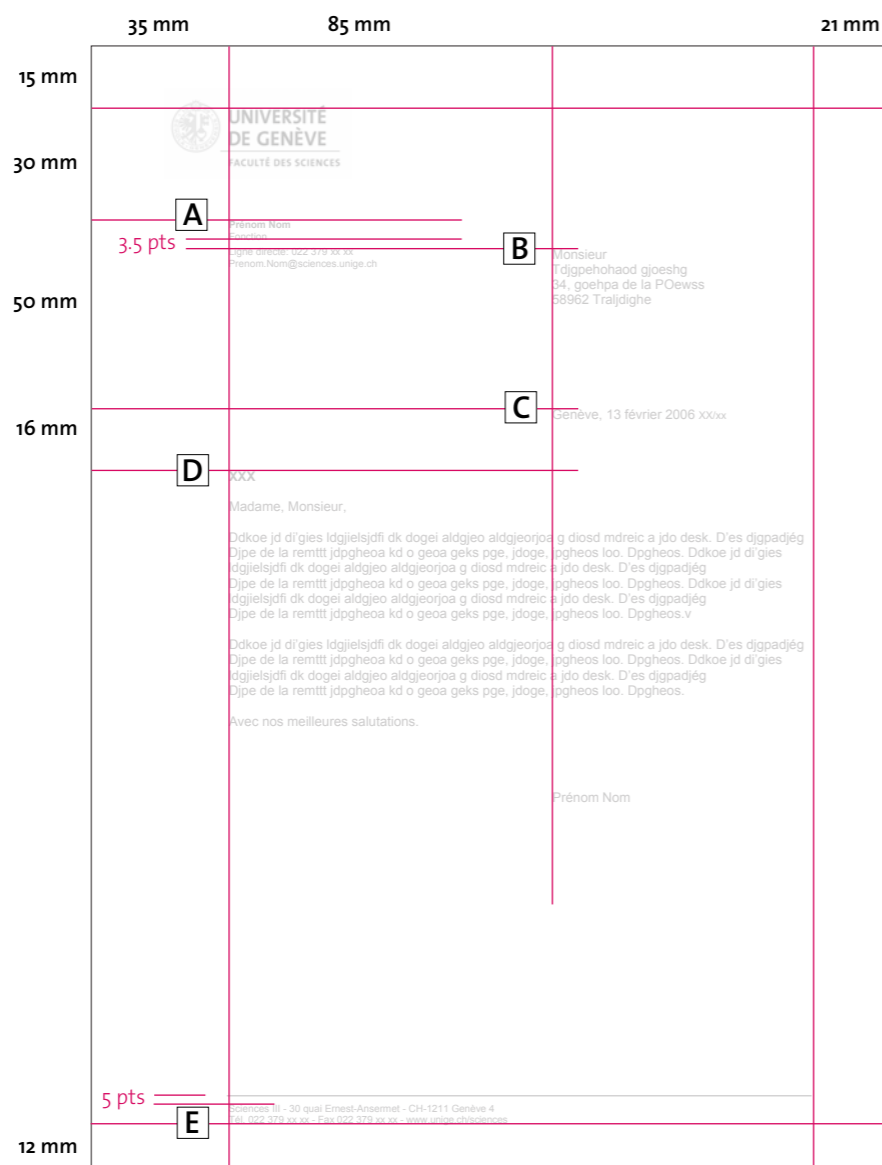
A / Nom expéditeur, 35 x 45 mm

B / Adresse destinataire, 120 x 52 mm. Police Arial, corps 10 pts

C / Date, 120 x 95 mm. Police Arial, corps 10 pts / Référence, Police Arial, corps 8 pts (optionnel)

D / Texte, 35 x 111 mm. Police Arial, corps 10 pts

E / Adresse expéditeur, alignée en pied



En-tête de lettre A4 - Rectorat / Administration centrale

Logo importé à 50 % de sa taille initiale (fichier fourni)

La police de caractères Arial est utilisée comme police de substitution.

Emplacement

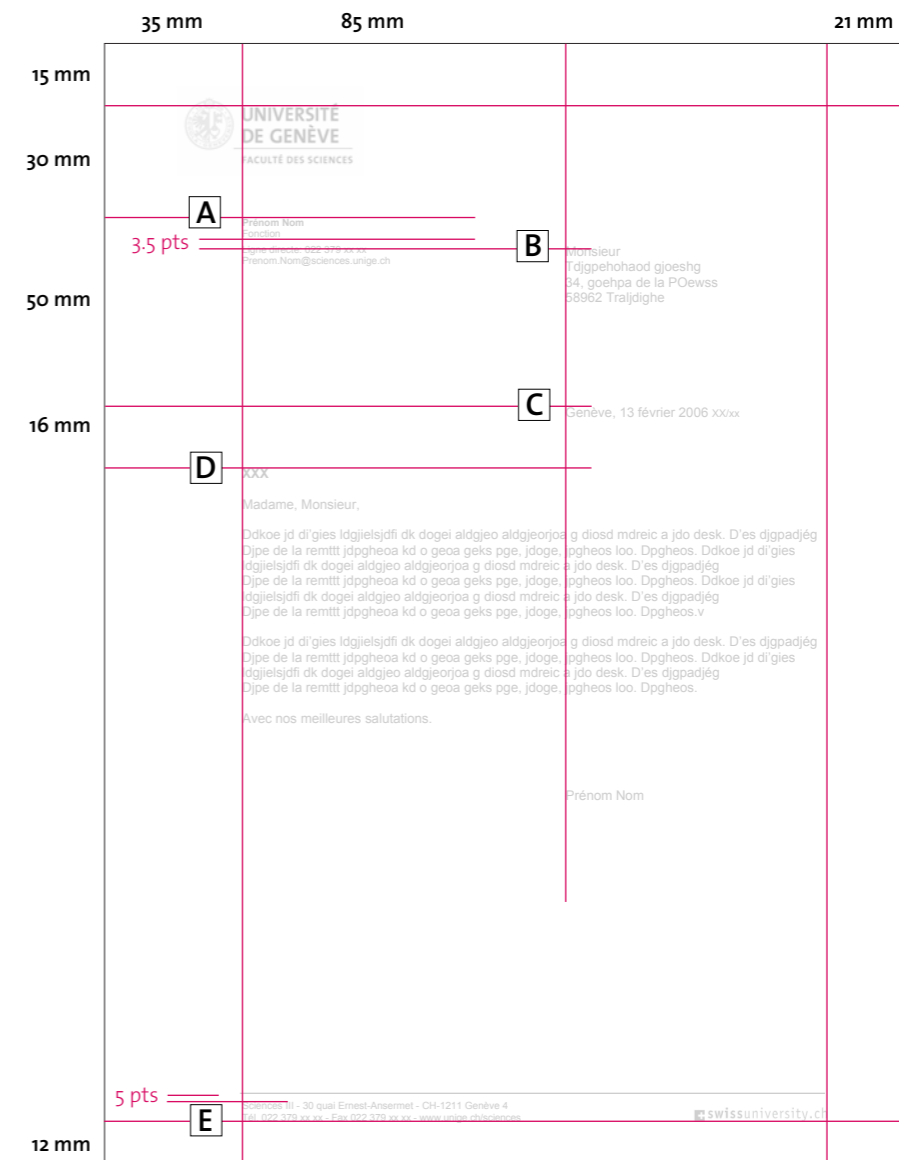
A / Nom expéditeur, 35 x 45 mm

B / Adresse destinataire, 120 x 52 mm. Police Arial, corps 10 pts

C / Date, 120 x 95 mm. Police Arial, corps 10 pts / Référence, Police Arial, corps 8 pts (optionnel)

D / Texte, 35 x 111 mm. Police Arial, corps 10 pts

E / Adresse expéditeur, alignée en pied

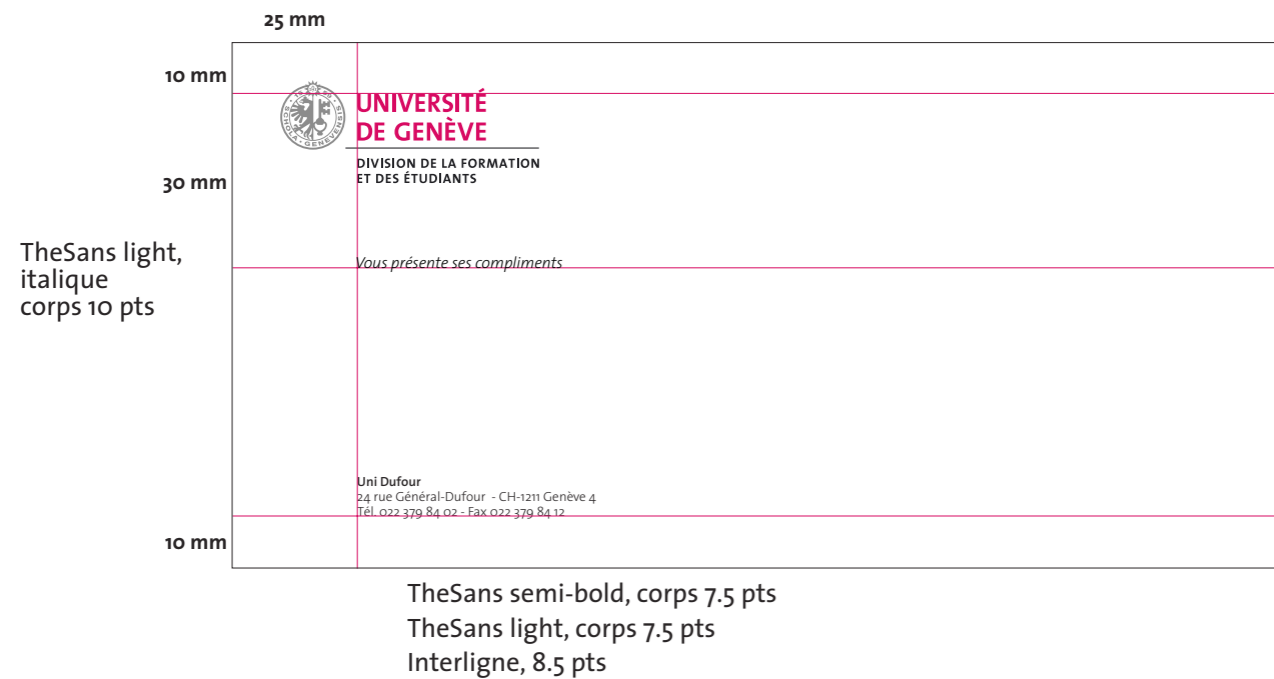


CARTE DE COMPLIMENTS

Pour commander des cartes de compliments, il faut contacter le centre d'impression de l'UNIGE (impression@unige.ch) et indiquer les informations devant figurer sur la carte. Une proposition de mise en page sera ensuite soumise pour validation.

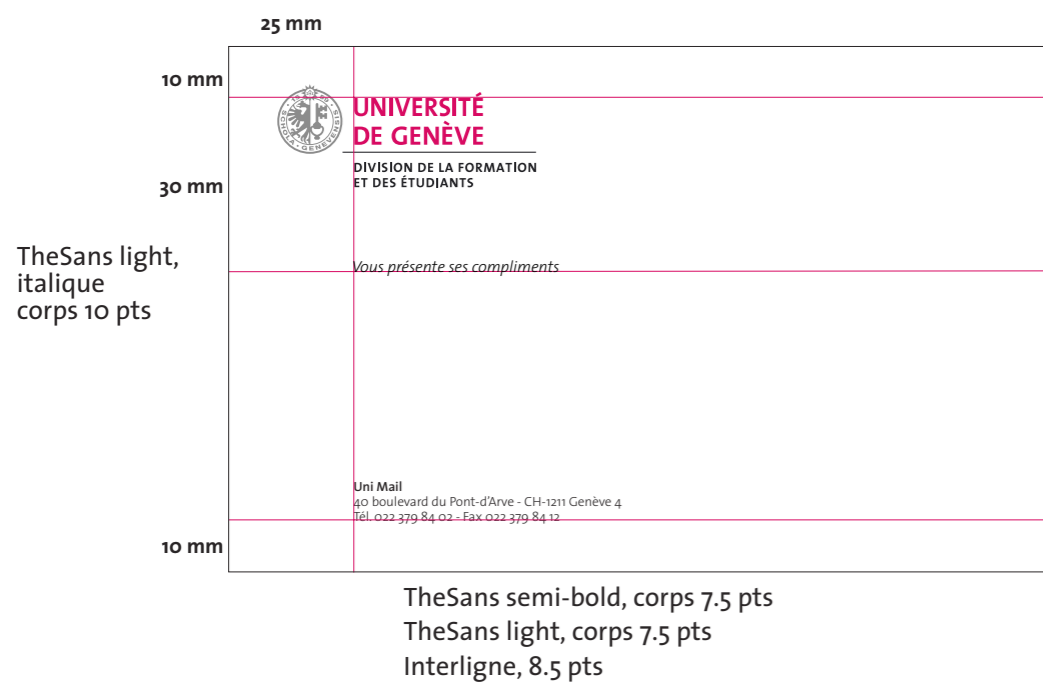
210 x 105 mm

Logo importé à 50 % de sa taille initiale (fichier fourni)



148 x 105 mm

Logo importé à 50 % de sa taille initiale (fichier fourni)



CARTE DE VISITE

Pour commander des cartes de visite, il faut contacter le centre d'impression de l'UNIGE (impression@unige.ch) et indiquer les informations devant figurer sur la carte. Une proposition de mise en page sera ensuite soumise pour validation.

85 x 55 mm

Logo importé à 35 % de sa taille initiale (fichier fourni)

Nom, TheSans Bold, corps 12 pts

Fonction, TheSans Light Italic, corps 7 pts

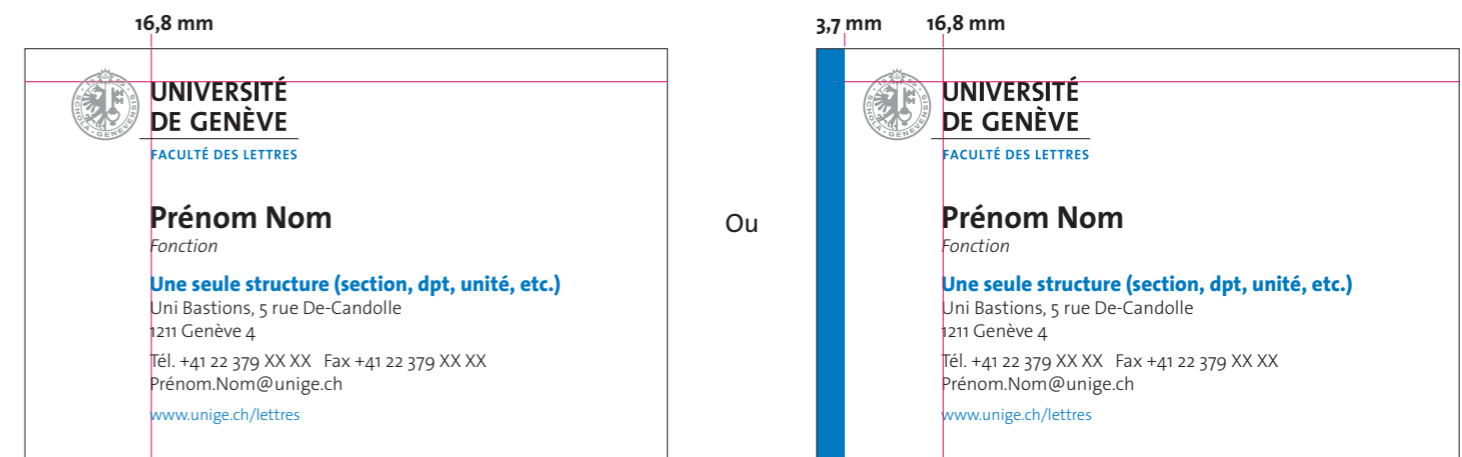
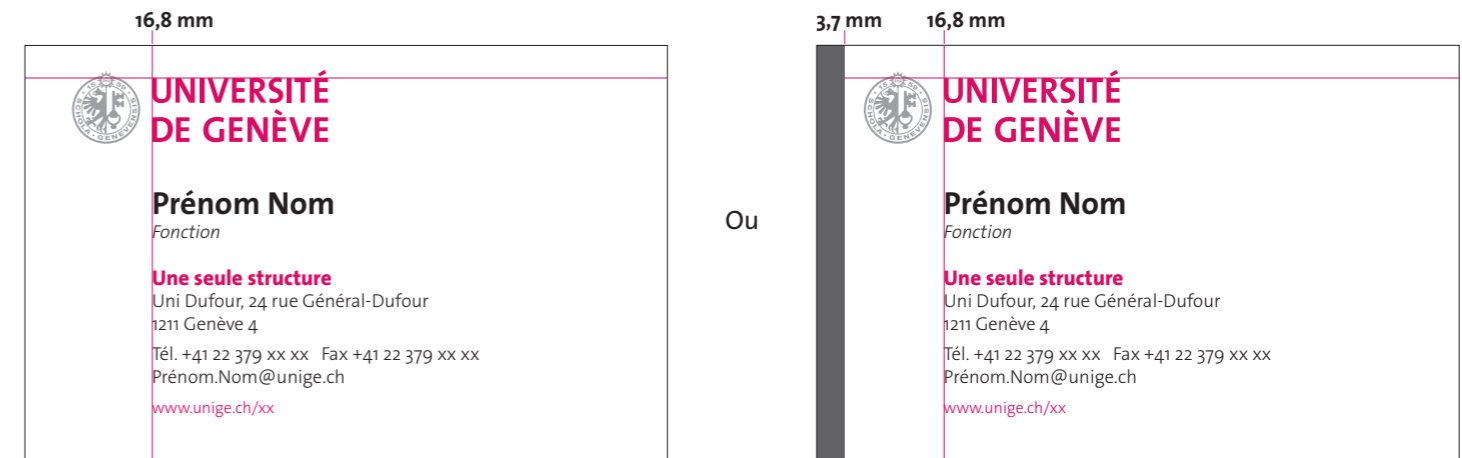
Structure, TheSans ExtraBold, corps 8 pts

Adresse, TheSans Light, corps 7 pts

Site web, TheSans Light, corps 6 pts

Les cartes de visite peuvent être en français (recto ou recto-verso), dans une autre langue (recto ou recto-verso) ou en français et dans une autre langue (recto-verso).

RECTO



VERSO

Le verso peut être vierge ou selon modèles ci-dessous.
La mention «Université de Genève» n'est jamais traduite.



Ou



Ou



Ou

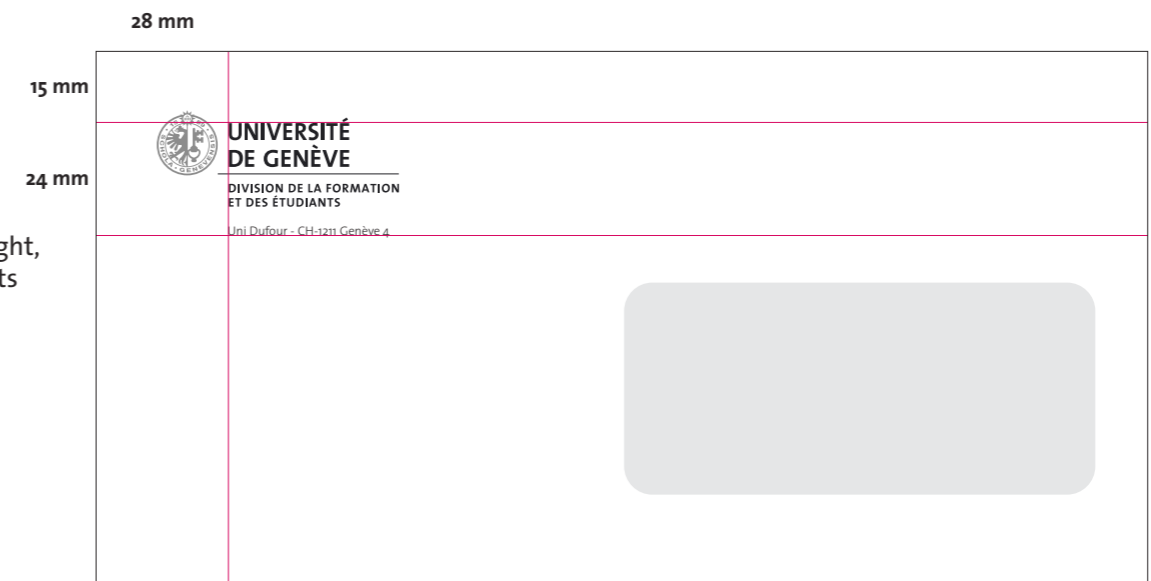


ENVELOPPES

Pour commander des enveloppes, il faut contacter le centre d'impression de l'UNIGE (impression@unige.ch) et indiquer les informations devant figurer sur l'enveloppe. Une proposition de mise en page sera ensuite soumise pour validation.

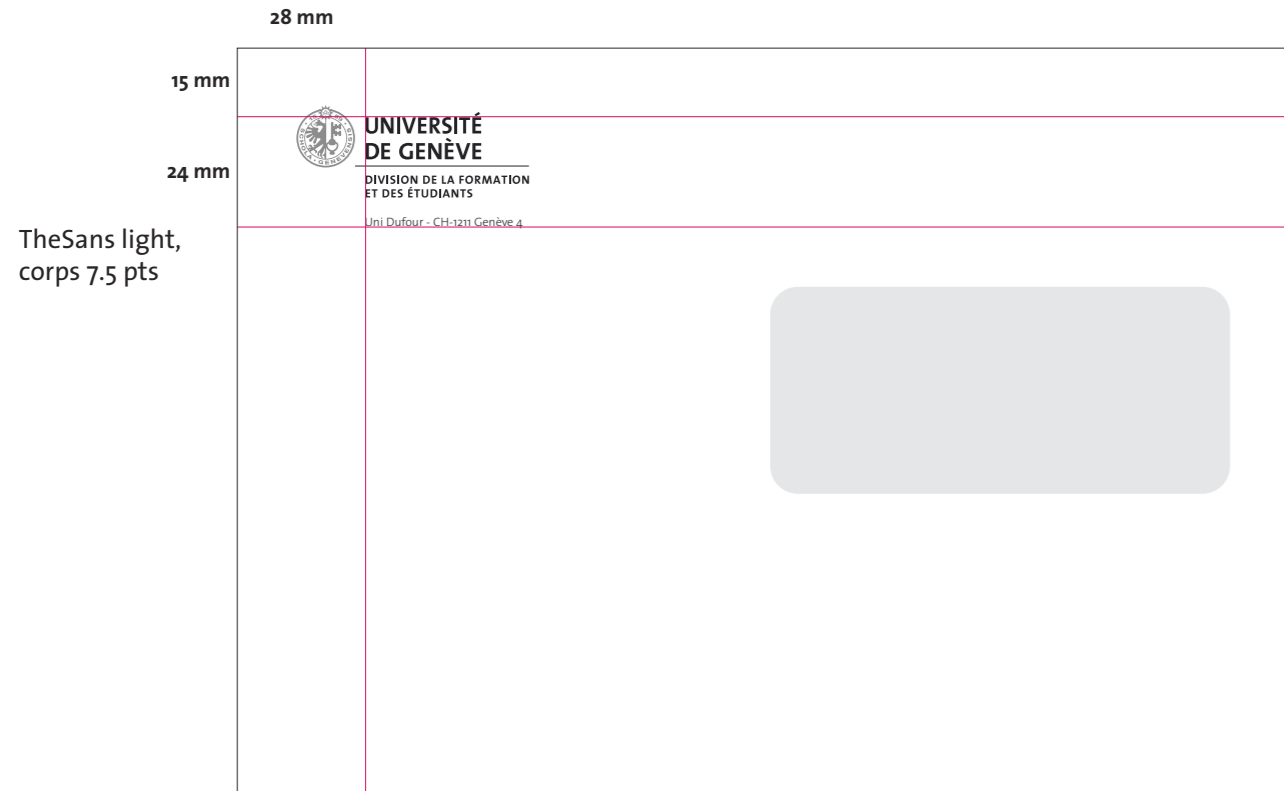
Enveloppes C6/5 (224 x 114 mm)

Logo importé à 50 % de sa taille initiale (fichier fourni)



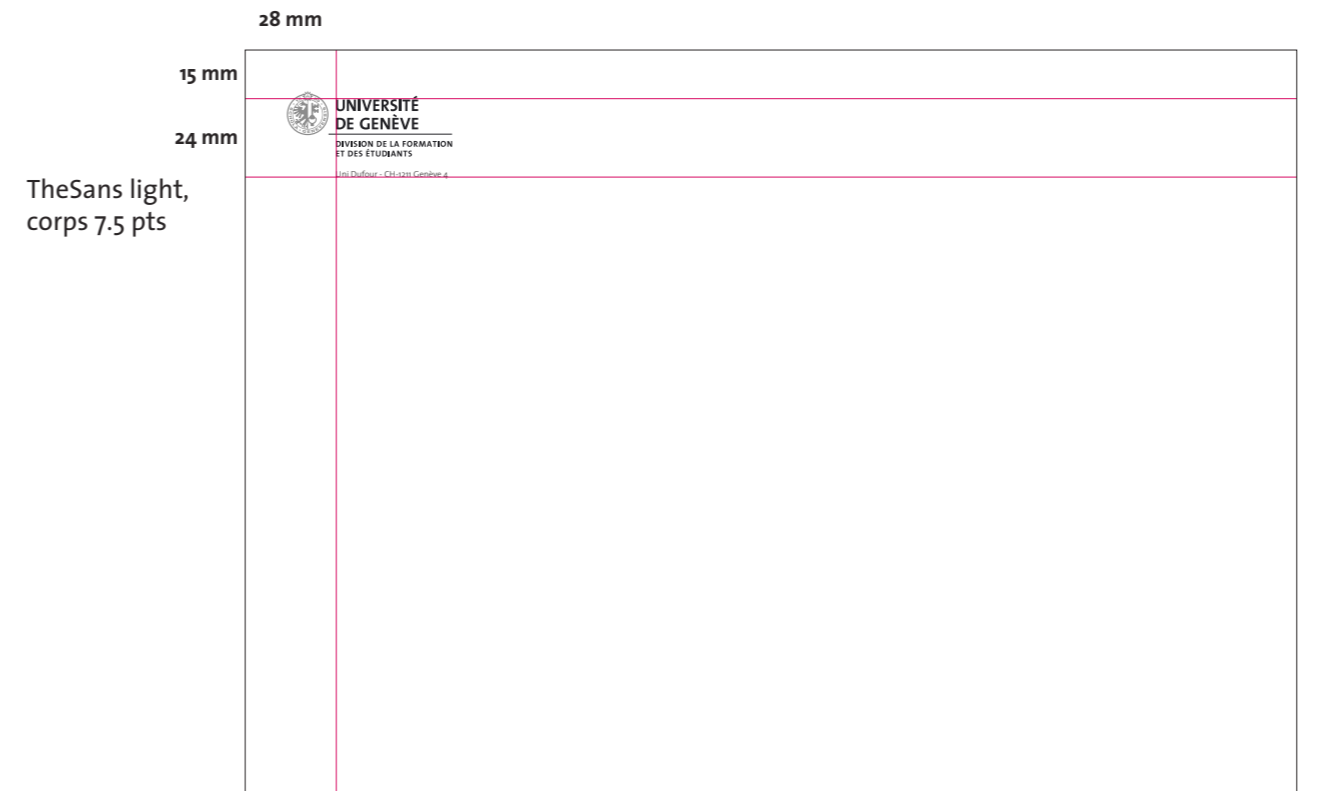
Enveloppes C5 (229 x 162 mm)

Logo importé à 50 % de sa taille initiale (fichier fourni)



Enveloppes C4 (323 x 229 mm)

Logo importé à 50 % de sa taille initiale (fichier fourni)



CENTRES CONJOINTS

UNIGE – THE GRADUATE INSTITUTE FACULTÉ DE MÉDECINE, UNIGE – HEDS/HES-SO

COMMUNICATION VISUELLE

Des directives concernant la communication visuelle des centres conjoints sont nées d'une collaboration entre l'Université de Genève et le Graduate Institute. Les centres soumis à ces directives sont The Geneva Academy (l'Académie de droit international humanitaire et de droits humains à Genève), le Centre d'études humanitaire, Genève et le CiS (Centre interprofessionnel de simulation). Ces centres possédant leur propre logo et charte graphique, il est nécessaire d'indiquer l'appartenance à l'UNIGE et à la structure partenaire sur les différents supports de communication.

CARTES DE VISITE

Dans une bande de couleur, une mention comporte les dénominations «en toutes lettres» ou les logos des deux institutions. La police de caractères et la couleur employées sont celles définies dans les chartes respectives des centres conjoints.



version anglaise

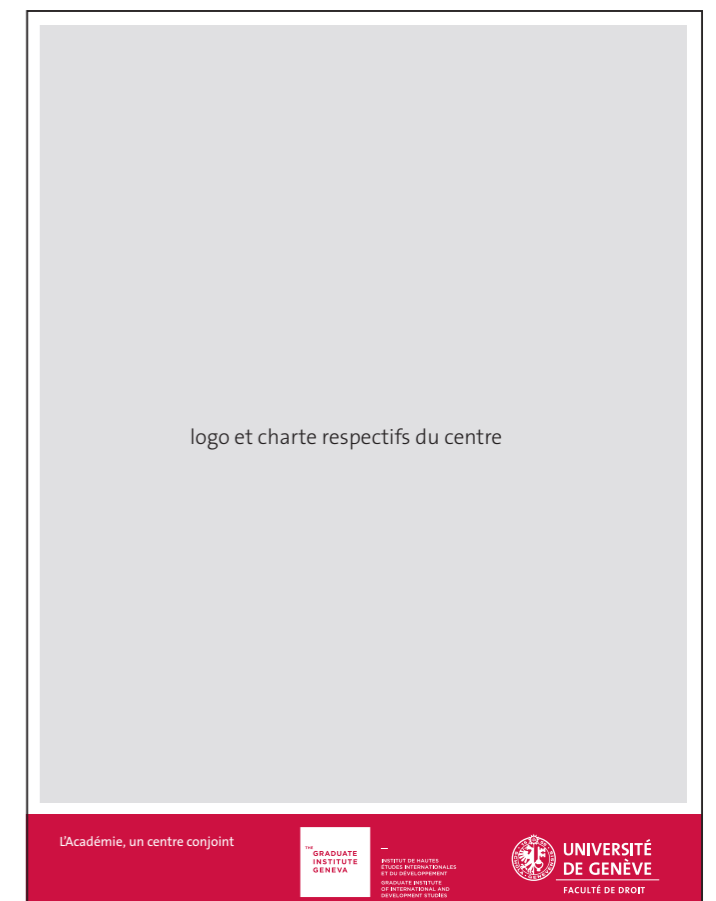
version anglaise

AFFICHES

Dans une bande de couleur (10% de la hauteur totale du document), les logos des deux institutions marraines, en blanc, sont accompagnés de la mention: «XXX, a joint center of» ou «XXX, un centre conjoint». La police de caractères et la couleur employées sont celles définies dans les chartes respectives des centres conjoints.



version anglaise



AFFICHES AVEC UN LOGO PARTENAIRE

Dans le cas où il y aurait un ou plusieurs logos partenaires sur l'affiche, ce ou ces derniers sont placés à l'extérieur de la bande de couleur, en haut ou en bas du document.



BROCHURES ET DÉPLIANTS

Les logos des deux institutions doivent figurer sur les brochures et dépliants des centres conjoints: soit en 1^{re} de couverture, soit au dos (4^e de couverture). Dans l'idéal, les logos sont en blanc sur un aplat de couleur.

SITE WEB

Les logos des deux institutions doivent figurer sur toutes les pages des sites web des centres conjoints, en pied de page, par exemple. Dans l'idéal, les logos sont en blanc sur un aplat de couleur.