



La culture
s'affiche à Bruxelles !

Webinaire 1

La construction de l'affiche sous tous ses angles

Introduction :

- **Se poser les questions essentielles :** - Qui parle? À qui? De quoi? Comment? Pourquoi? Où? Quand?
 - Définir le public cible que nous désirons toucher.
- **La règle des 4 «S» :** **Short - Simple - Surprise - Style**
- **SHORT (COURT) :** Soyez bref. Votre affiche doit aller à l'essentiel et capter le regard de votre lecteur de loin. Votre projet doit attirer l'œil d'une personne qui passe dans la rue, qui marche et qui n'a pas forcément le temps de s'arrêter.
 - **SIMPLE :** Soyez simple. Nous vivons dans un monde saturé d'informations. Afin d'éviter une surcharge d'informations sur votre affiche, ayez donc un message simple et direct. La simplicité internationalise votre message.
 - **SURPRISE :** Soyez surprenant. Utilisez l'humour, l'étonnement, attirez l'attention afin de sortir du lot, séduisez. Le rire va accroître la mémorisation chez votre lecteur.
 - **STYLE :** Soyez inventif. Laissez parler votre imaginaire. Générez une envie de projection chez votre spectateur. Développez un style qui vous caractérise où qui caractérise votre message.

COMPOSITION D'UNE IMAGE

Les lignes de force :

Ce sont les lignes qui dirigent l'organisation spatiale et qui construisent l'équilibre de l'image.

LIGNE DE FORCE



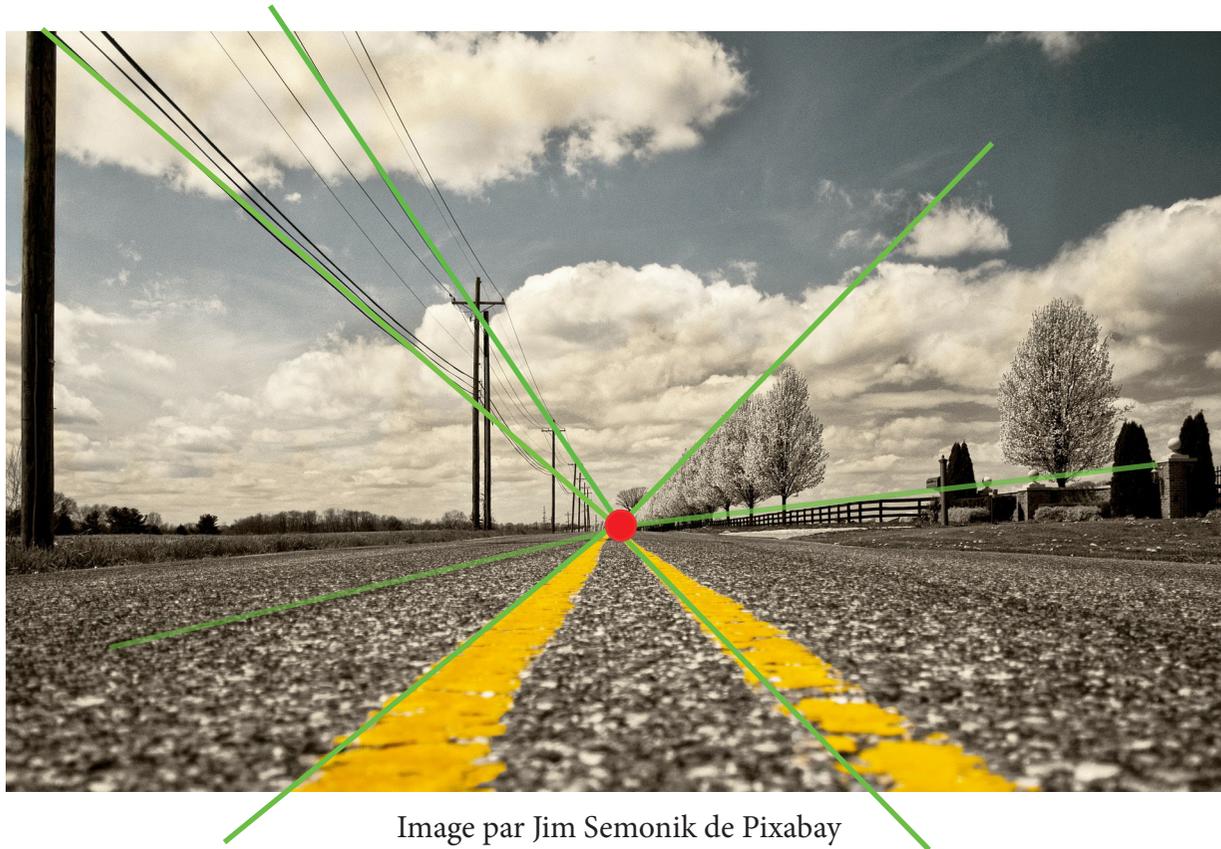
Free-Photos de Pixabay

Il peut s'agir de lignes réellement présentes à l'image (comme la ligne d'horizon, le bord de mer,...) ou qui laissent se détacher de l'image des **formes**, des **zones de couleurs**, de **lumières** et **d'ombres**,...

Les lignes de fuite :

Les lignes de fuite sont des lignes plus ou moins imaginaires qui s'appuient sur des lignes présentes dans l'image.

LIGNE DE FUITE



POINT DE FUITE

Image par Jim Semonik de Pixabay

Elles vont avoir comme similitudes de pointer vers le même endroit, le **point de fuite**.

Ces lignes peuvent donner davantage de sens à une image, permettant d'indiquer notamment où l'on veut porter l'attention.

À RETENIR : Ces lignes (forces et fuites) amènent **une dimension graphique, esthétique et dynamique**.

Elles servent également à orienter le regard du spectateur, et donc peuvent influencer la lecture de l'image.

La règle des tiers :

Le principe consiste à diviser l'image en 3, sur le plan horizontal et sur le plan vertical. L'intersection de ces lignes de division dévoile ce que l'on nomme **points de force**.



Image par Antonios Ntoumas de Pixabay

Pour intensifier ce que l'on veut mettre en valeur, on privilégiera de disposer les éléments importants sur les points de force de l'image. Il n'est pas nécessaire pour autant de remplir l'image d'une multitude d'éléments visuels. Comme sur l'exemple ci-dessus, il est intéressant de laisser respirer l'image.

Le sens de lecture d'une image :

En Occident, notre sens de lecture va de la gauche vers la droite. Du haut vers le bas.
On "lit" donc une image de la même manière.

Dans certains pays d'Asie, on lit de droite à gauche, il est donc important d'adapter son regard au public ciblé.

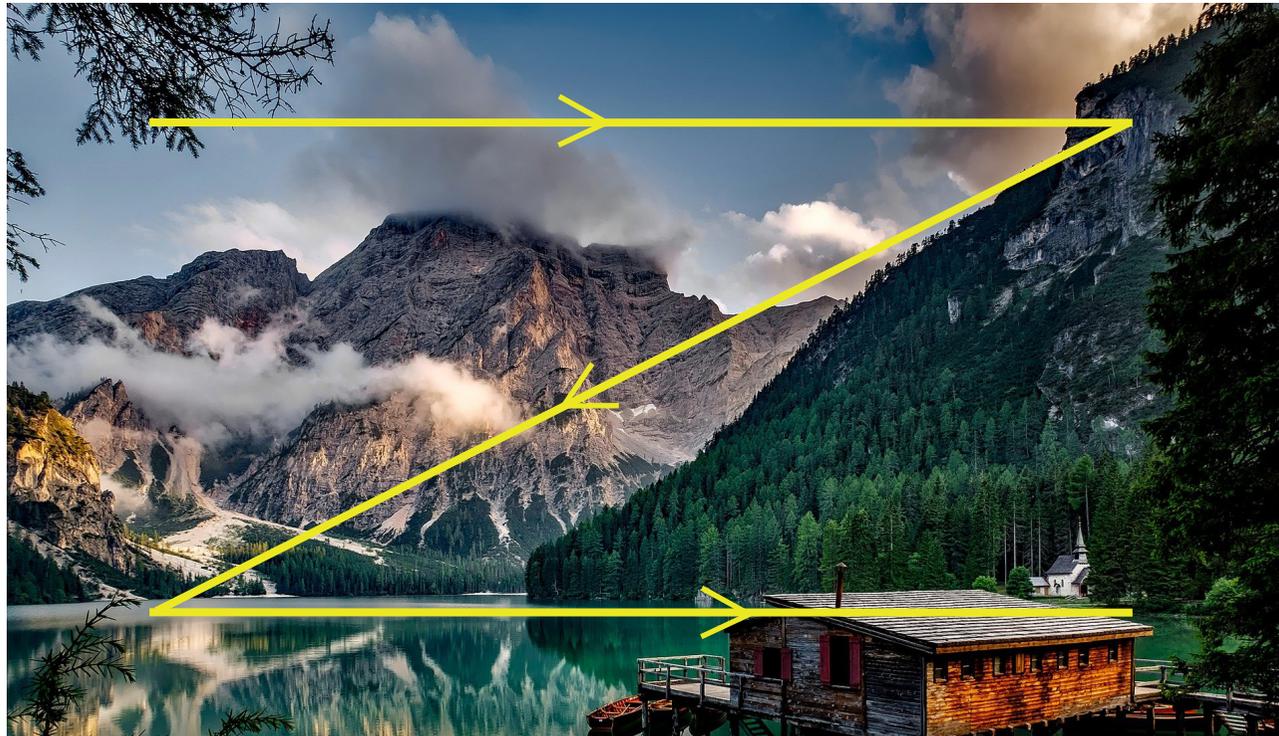


Image par David Mark de Pixabay

Dans cet exemple, on constate que le flanc de la montagne à droite accompagne le sens de notre lecture.

LES COULEURS ET LEURS SIGNIFICATIONS :

Les couleurs sont omniprésentes autour de nous, elles nous insufflent des **émotions**, des **sentiments**. Elles nous inspirent la force, l'espoir, la joie,... A contrario d'autres couleurs suscitent des sentiments négatifs tels que la tristesse, le désespoir, la colère.

<p>Calmé Changement Confiance Communication</p> <p>Couleur Bleu</p>	<p>Vie Amour Passion Danger</p> <p>Couleur Rouge</p>	<p>Gaieté Jeunesse Prudence Tromperie</p> <p>Couleur Jaune</p>	<p>Nature Croissance Espoir Richesse Jalousie</p> <p>Couleur Verte</p>	<p>Féminité Douceur Romantisme Audace Naïveté</p> <p>Couleur Rose</p>
<p>Jeunesse Créativité, Echange Vitalité</p> <p>Couleur Orange</p>	<p>Luxe Mystère Spiritualité Arrogance</p> <p>Couleur Violet</p>	<p>Pureté Innocence Elégance Puissance</p> <p>Couleur Blanche</p>	<p>Elégance Mystère Intemporalité Douleur</p> <p>Couleur Noire</p>	<p>Signification des couleurs</p>

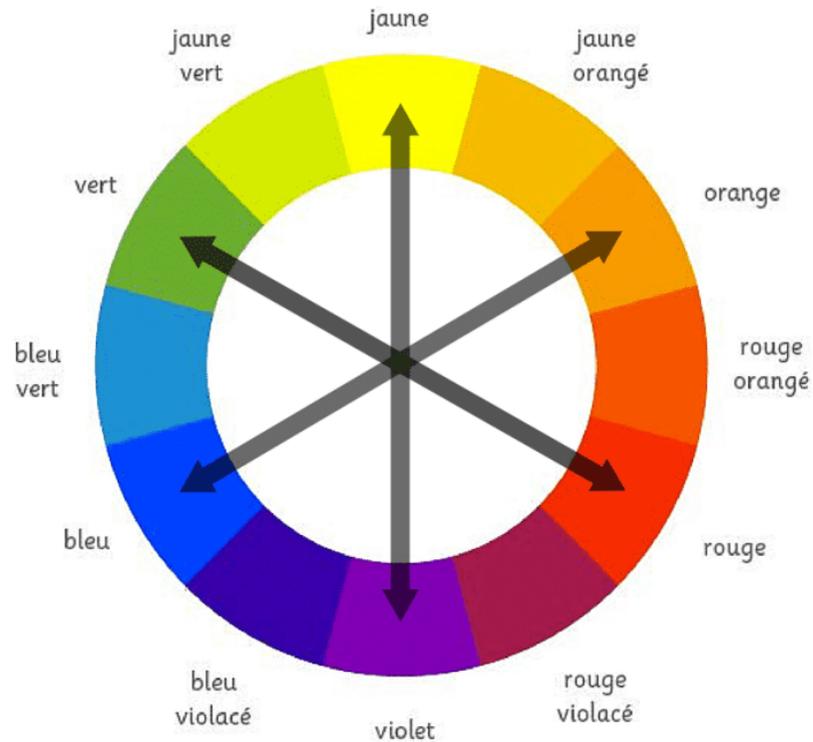
Selon les pays, les cultures et les époques, les couleurs revêtent des significations différentes, parfois opposées à celles des cultures voisines. Par exemple, le blanc est associé en Occident à la pureté, alors qu'il est lié au deuil dans la plupart des pays asiatiques.

Apprenez donc à choisir vos couleurs en fonction de l'ambiance que vous voulez donner à votre image et le message qui doit être véhiculé.

Le cercle chromatique

Dans le cercle chromatique vous pouvez associer les couleurs diamétralement opposées. On retrouve donc à chaque fois une couleur chaude qui peut s'associer à une couleur froide.

BLEU



ORANGE

Si vous désirez accentuer l'intensité d'une couleur il est préférable de lui associer sa couleur complémentaire. Par exemple pour dynamiser une ambiance bleutée on l'accompagnera de nuances orange.

Vous pouvez également vous aider du site Adobe Color qui vous accompagnera dans l'association de vos couleurs.

Les concepts de l'affiche

1) CRÉER UNE HISTOIRE

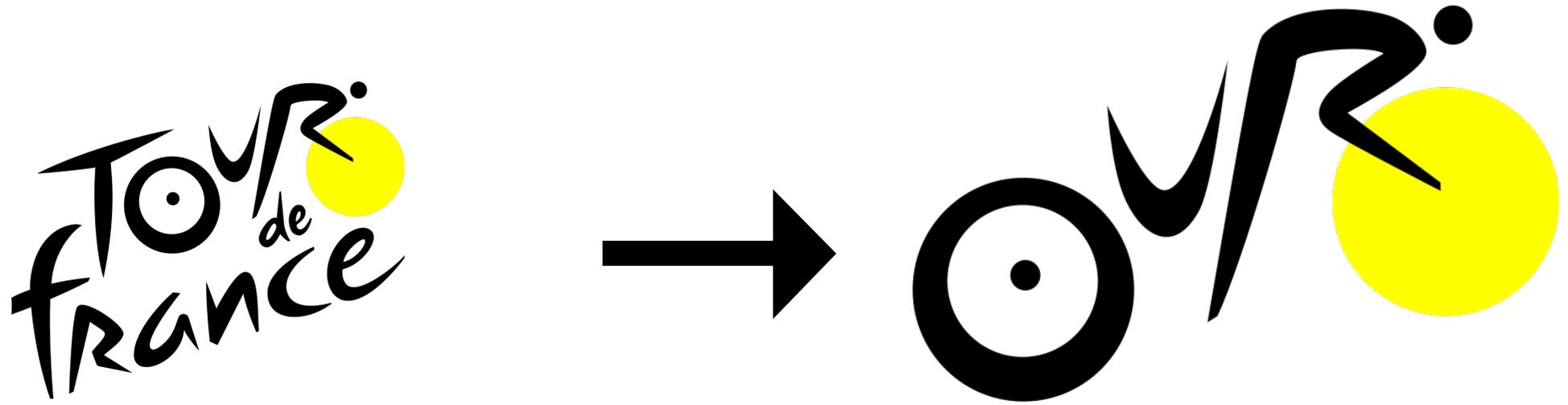
Associez votre style graphique à votre idée. Imaginons que je veux parler des abeilles, je pourrai insérer dans le design de mon affiche des alcôves représentées de manière iconiques rappelant la ruche.

Des formes géométriques peuvent renforcer l'idée que vous voulez raconter



Dessin par Wolfgang Eckert / Pixabay

Prenons ici l'exemple du logo du Tour de France, si vous observez bien on peut apercevoir un cycliste qui fusionne avec le logo. L'effet visuel est donc réussi, en un simple regard on a tout compris.



Autre exemple d'une histoire racontée pour un logo tel que celui d'Amazon :

Ici on vous montre un sourire représenté par la flèche orange qui vous indique qu'il font tout de A à Z.



2) L'ESPACE ET LA DISPOSITION

Construire une maquette de votre affiche. Dessinez sur une feuille A4 vos éléments et vos idées qui vont représenter votre affiche. Evitez de coller vos éléments trop près du bord, privilégiez un graphisme sobre et simple. Votre design doit être justifié et vos éléments graphiques aussi. Vous pouvez opter aussi bien pour un graphisme complexe que minimaliste.

1



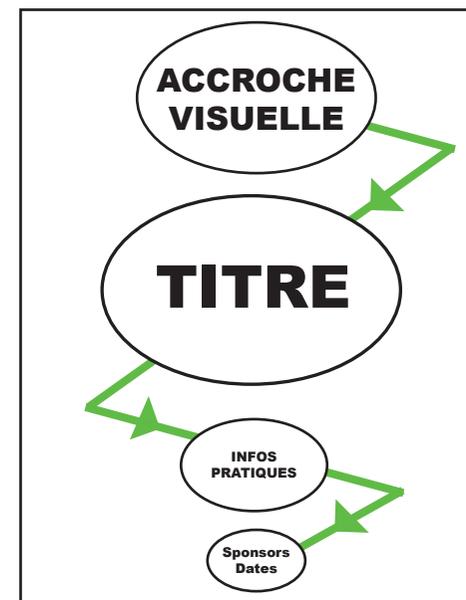
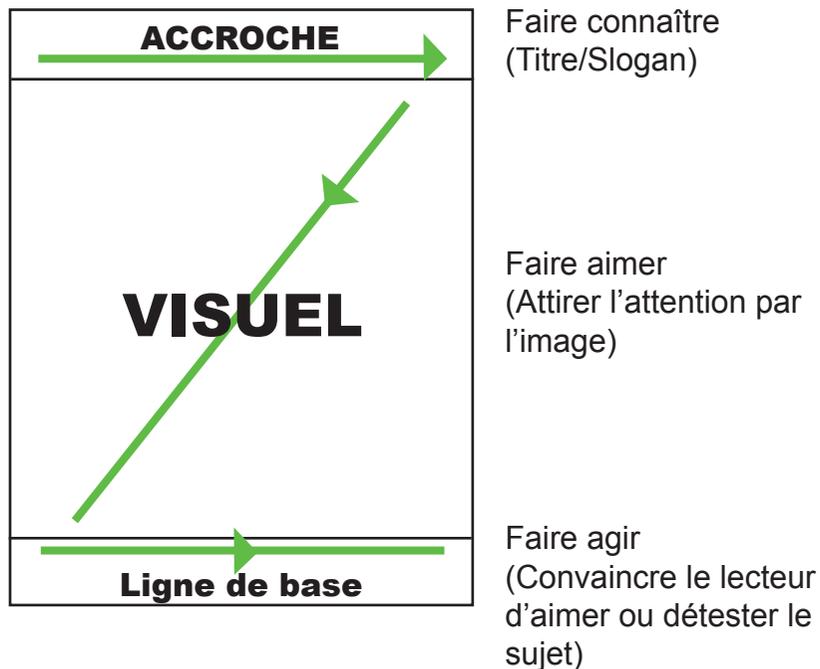
2

Affiche de Lucian Bernhard

Dans cet exemple, l'affiche N°1, à gauche, était l'affiche originelle. Le graphiste de l'époque a alors épuré au fil du temps son design, afin de n'avoir plus qu'un visuel qui va directement à l'essentiel, la marque et le produit (Affiche N°2).

3) HIÉRARCHISER SA CRÉATION

Évitez de coller vos éléments trop près du bord, privilégiez un graphisme lisible. Votre design doit être justifié et vos éléments graphiques aussi. Les informations importantes doivent arriver en premier. L'élément principal doit être plus grand que les autres, la typographie importante peut également être en gras. Jouez sur la taille des éléments et du texte. N'hésitez pas à utiliser une couleur vive par exemple afin d'attirer l'œil vers ce que vous désirez mettre en valeur.



Dans l'exemple de gauche, vous pouvez voir un sens de lecture classique. Dans celui de droite vous pouvez observer un sens de lecture moins rectiligne. Rien ne vous empêche de transgresser les règles, du moment qu'une logique de lecture reste en place. Libre à vous d'adapter cela à votre thème ou sujet choisi.

4) CONNAITRE ET LIMITER SES COULEURS

Comme énoncé plus haut, il est important de choisir des couleurs qui seront en phase avec l'idée de nous voulons transmettre et les sentiments qui s'y rapportent. Il est aussi important de ne pas surcharger son affiche avec trop d'informations de couleur. Privilégiez donc l'utilisation de deux couleurs, voir trois au grand maximum. Une solution efficace peut aussi être l'utilisation du **noir** et **blanc** associée à une seule couleur.

5) TEXTE ET TYPOGRAPHIE

Votre texte doit être informatif et appuyer votre message. Votre typographie doit être en lien avec votre concept. Par exemple, si je parle d'informatique, je vais me diriger vers une typographie plus carrée afin de rappeler l'idée d'un pixel.

Exemple : **EXPERIENCE VIRTUELLE**



Si votre affiche a pour thème la maman et sa relation avec l'enfant ou encore la naissance, essayez de choisir une police infantile, légère qui va rappeler la douceur, les moments de l'enfance (dans ce cas-ci rappel aux cubes de jeux).

Exemple : LA NAISSANCE



Pour trouver des polices intéressantes à la conception de votre affiche, n'hésitez pas à vous rendre sur le site :

www.dafont.com (Il vous suffira de télécharger la police et de cliquer dessus afin de l'installer)

Vous pouvez également mélanger différentes polices afin d'obtenir un effet de style dans votre écriture. Mais attention encore une fois à ne pas surcharger. Deux à trois polices maximum seront suffisantes à l'élaboration de notre message.

Vous pouvez visiter ce site afin de vous informer sur les mélanges de polices qui fonctionnent:

www.fontpair.co

6) LE SLOGAN

Le slogan est une phrase courte et percutante faisant partie intégrante de l'identité de votre sujet. Dans les campagnes publicitaires, les slogans sont souvent associés à des logos. Dans notre cas nous devons l'associer à notre idée principale.

Un slogan élaboré est à la fois un moyen puissant et élégant de dire à vos spectateurs potentiels pourquoi ils devraient avoir confiance en vous et votre message. Il a pour but de définir l'essence même de celui-ci.

Un bon slogan ne doit pas être trop long (cinq mots souvent suffisent). Il doit être fonctionnel et souligner votre caractère unique. Utilisez des métaphores tout en restant simple. Encore une fois ne vous privez pas d'utiliser l'humour. Le rythme et les rimes sont aussi de puissants atouts.

Pour les moins inspirés, utilisez un générateur de slogan en ligne:

www.shopify.be
www.slogangenerator.org