



CRÉER UN UNIVERS GRAPHIQUE

Créer un univers graphique permet d'avoir une cohérence sur les supports de communications et d'être identifié rapidement.

Les détails de l'univers graphique sont spécifiés dans un document qui veille au respect de cette cohérence : la charte graphique.

Mais pour créer un univers graphique il faut d'abord connaître la clientèle visée par la marque/l'entreprise ainsi que les valeurs véhiculées.

IDENTIFIER LA CLIENTÈLE



Qu'est ce qu'un persona ?



TOM MENDELSON

Age: 34 | **Gender:** Male
Family Size: 3 | **Income:** 55k

Bachelor's degree
13 years work experience

Marketing Manager for 5 years that works in Kansas City, lives in the suburbs, he is steadily busy but not hectic

PERSONALITY

Energetic

Calm & Collected

Passionate

Go Getter

INFLUENCES



“ I am concerned that the project management application won't allow me to view images of specific file formats sent to me like logo files, vector files, or layered documents created with image editing programs. ”

TECHNOLOGY

TECH USER LEVEL

Internet



Software



Mobile/Tablet



USER EXPERIENCE GOALS

Helpful, Entertaining,
Interface is well designed,
Easy to Navigate

APPLICATIONS



Gaming
Music
Social Media
Misc

SOFTWARE



Business
Design
Utilities

MOTIVATIONS

Tom wants to spend less time opening programs to view images and documents.

Tom needs to know that status of all the projects and employees he manages

CHALLENGES

Many file sharing tools do not allow you to view images that aren't jogs.

Many programs require users to manually update their statuses

RELATIONSHIP WITH TASKLY

SEEK & VALUE

CALENDAR
COMMUNICATION
FILE SHARING/VIEWING
TASK DELEGATION/ORGANIZATION

L3 USER

Recognizes Taskly and uses app

TASKLY IS...

“ a great project management application that I would recommend to other businesses or groups ”

Identifier sa clientèle permet de prendre les bons choix sur l'orientation graphique et la stratégie de communication.

Pour cela il faut donc définir un ou plusieurs persona (personnalité d'utilisateur fictive) :

- Le sexe
- L'age
- La situation familiale
- La catégorie socioprofessionnelle
- Situation géographique
- Les centre intérêts
- Les attentes (besoins et envies)
- Les réticences (craintes et bloquages)
- Comment ils utilisent le produit

LA LIGNE ÉDITORIALE



Qu'est ce qu'une
ligne éditoriale ?

La ligne éditoriale est une stratégie de contenu qui vous permet de garder une cohérence de communication adaptée à la clientèle visée et aux valeurs véhiculés, elle définit

:

- Objectifs de communications
- Les canaux de communications
- Type de contenu
- Rythmes de publication
- Thématiques à aborder
- Le ton et le style
- Le calendrier éditoriale

Tous les détails qui définissent la ligne éditoriale figurent dans un document de référence : la charte éditoriale.

Les différents canaux de communications



Quels sont les canaux
de communication
que vous connaissez ?

Les supports traditionnels :

- « Print » (Affichage, flyers, dépliants 3 volets, etc.)
 - Presse
 - Télévision
 - Radio

Les supports numériques :

- Bannières web
 - Emailing
 - Podcast
- Réseaux sociaux



- **Facebook** : multi-usage majoritairement des vitrines d'entreprise pour des infos utiles et pratiques.
- **Twitter** : communication axé sur de l'information et l'actualité.
- **Instagram** : communication basé sur le visuel (photographie, design, mode, etc.).
- **Youtube** : communication vidéo (tutoriels, court-métrage, etc.).
- **Pinterest** : communication basé sur le visuel (DIY, déco, etc.).
- **Tiktok** : communication vidéo, vise un publique jeune.
- **Linkedin** : adapté pour une communication de professionnel à professionnel (offre d'emploi, actualité de secteur, etc.).

LES COULEURS



Qu'est-ce que la psychologie
des couleurs ?

ROUGE

amour, passion, chaleur,
sexualité, ardeur,
triomphe, interdiction,
courage, action, danger

ORANGE

joie, créativité,
communication, dynamisme,
optimisme, énergie

DORÉ

luxue, prestige, puissance,
cupidité, glamour, éclat

JAUNE

gaïeté, joie, chaleur, égo,
puissance, connaissance,
amitié, soleil

VERT

nature, espérance, repos,
jeunesse, bio, écologie,
renouveau, croissance

TURQUOISE

Fraîcheur, fluidité,
pureté, légèreté,
aquatique

BLEU

rêve, fidélité, sérénité,
vérité, loyauté, fraîcheur,
eau, ciel, bien-être

BRUN

solidité, naturel,
confort, masculin,
neutralité

BLANC

pureté, froid,
douceur, propreté

NOIR

haut de gamme,
rigueur, mystère,
élégance, tristesse

ROSE

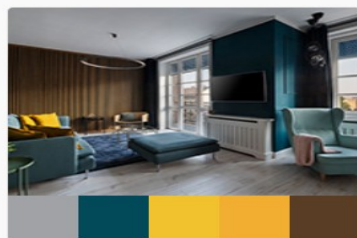
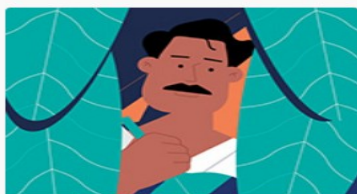
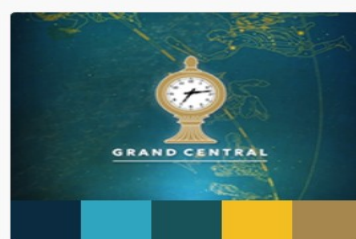
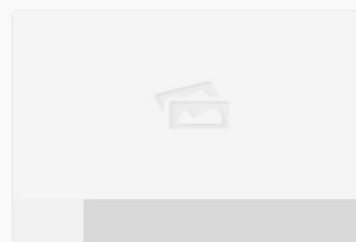
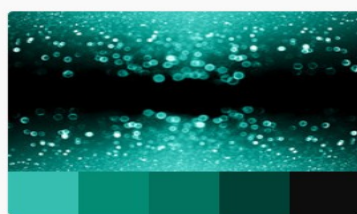
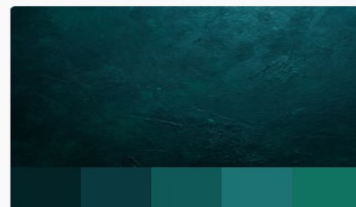
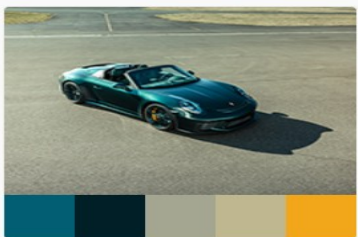
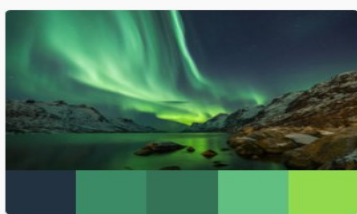
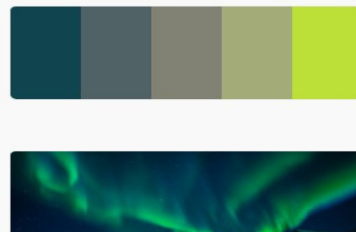
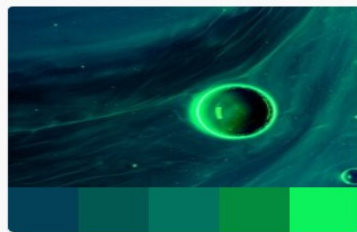
enfance, féminité,
tendresse, bonheur,
sentimental

VIOLET

imaginaire, délicatesse,
paix, amitié, méditation,
spiritualité

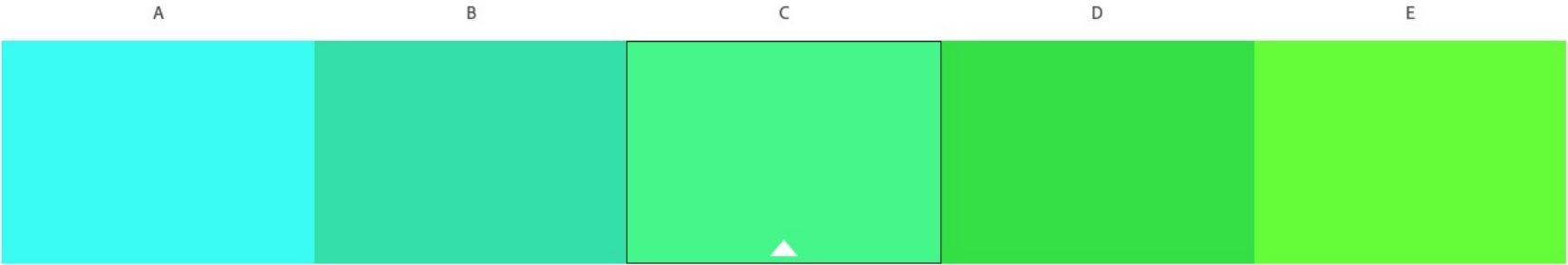
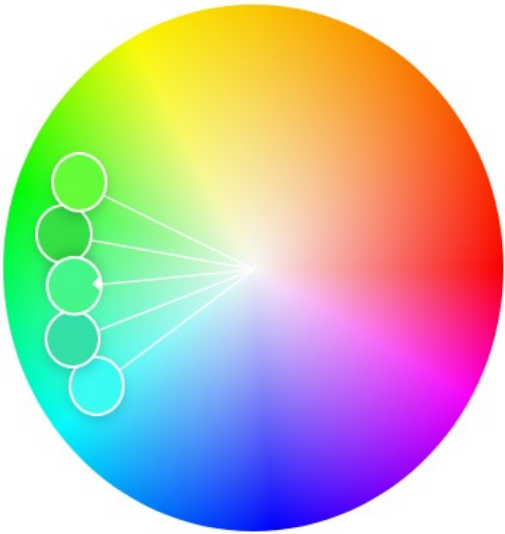























Choisir des couleurs



Appliquer la règle
d'harmonie
chromatique ⓘ

- ☒ Semblable
- ☐ Monochrome
- ☐ Triade
- ☐ Complémentaire
- ☐ Complémentaires partagées
- ☐ Complémentaires partagées - Double
- ☐ Carré
- ☐ Composite
- ☐ Nuances
- ☐ Personnalisé



	#3AFCF2	#34E0A7	#45F78A	#34E045	#65FC3A
R	 58	 52	 69	 52	 101
V	 252	 224	 247	 224	 252
B	 242	 167	 138	 69	 58
	 99	 88	 97	 88	 99

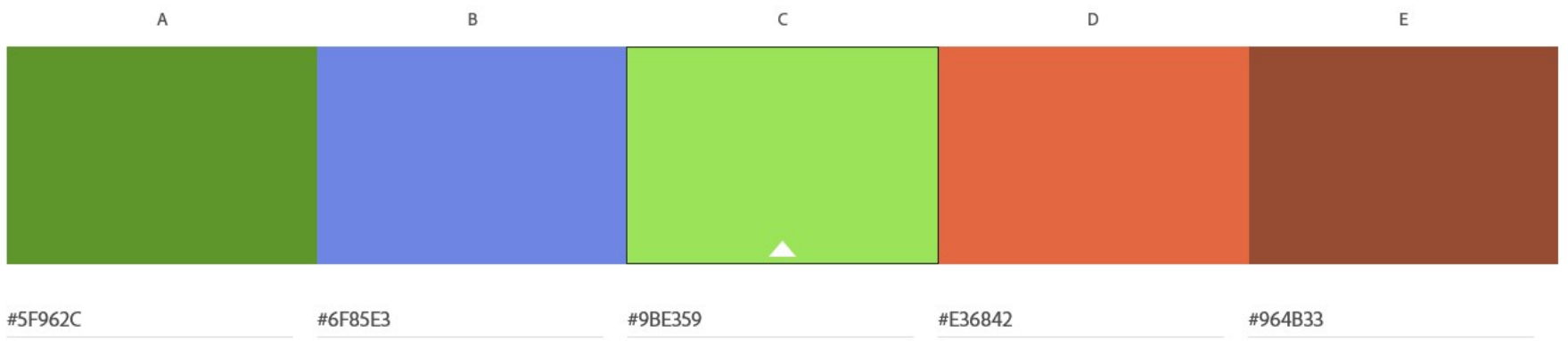
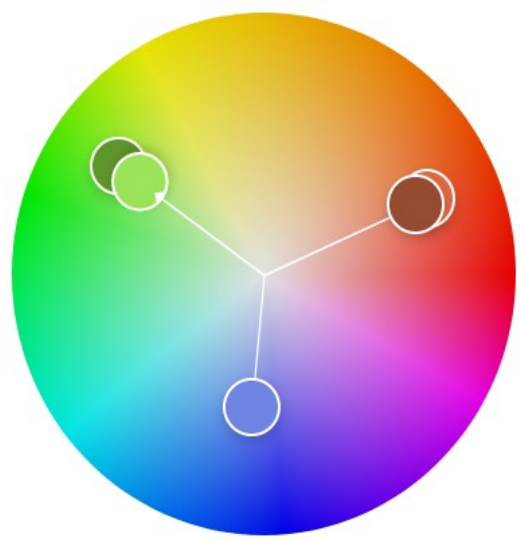
Mode colorimétrique

RVB



Appliquer la règle
d'harmonie
chromatique ⓘ

- ☐ Semblable
- ☐ Monochrome
- ☒ Triade
- ☐ Complémentaire
- ☐ Complémentaires partagées
- ☐ Complémentaires partagées - Double
- ☐ Carré
- ☐ Composite
- ☐ Nuances
- ☐ Personnalisé



LES POLICES D'ÉCRITURE



Quels sont les types
de police d'écriture ?

FIND FONTS

CLASSIFICATIONS

Sans Serif	468
Display	358
Serif	221
Script	86
Slab Serif	77
Handdrawn	66
Monospaced	42
Dingbat	41
Retro	35
Novelty	34
Comic	30
Stencil	28
Blackletter	21
Calligraphic	20
Typewriter	14
Pixel	9
Programming	6
Grunge	2

TAGS

Display	596
Paragraph	590
Oblique	142
Headings	133
Bold	111
Sans Serif	108
Casual	99
All Caps	89
Contemporary	81
Retro	77
Calligraphic	76
Distressed	74
Rough	72
Grunge	71
Elegant	71
Sans, Geometric	70
Decorative	69
Serif	68

Cinzel
Natanael Gama

Variable

WHEREAS
RECOGNITION OF
THE INHERENT
DIGNITY

Playfair Display SC
Claus Eggers Sørensen

6 styles

WHEREAS
RECOGNITION OF THE
INHERENT DIGNITY

Quattrocento
Impallari Type

2 styles

Whereas recognition
of the inherent dignity

Antic Slab
Santiago Orozco

1 style

Whereas recognition of
the inherent dignity

Volkhov
Cyreal

4 styles

Whereas recognition
of the inherent
dignity

Markazi Text
Borna Izadpanah, Florian Runge, Fiona Ross

Variable

Whereas recognition of the
inherent dignity

Josefin Slab
Santiago Orozco

Variable

Whereas recognition of
the inherent dignity

Bodoni Moda
Owen Earl

Variable

Whereas recognition
of the inherent dignity

Hepta Slab
Mike LaGattuta

Variable

Whereas
recognition of the
inherent dignity

Roboto
Christian Robertson

12 styles

Whereas recognition of
the inherent dignity

Source Sans Pro
Paul D. Hunt

12 styles

Whereas recognition of
the inherent dignity

Oswald
Vernon Adams, Kalapi Gajjar, Cyreal

Variable

Whereas recognition of the
inherent dignity

Quicksand
Andrew Paglinawan

Variable

Whereas recognition
of the inherent dignity

Titillium Web
Accademia di Belle Arti di Urbino

11 styles

Whereas recognition of
the inherent dignity

Josefin Sans
Santiago Orozco

Variable

Whereas recognition
of the inherent dignity

PT Sans Narrow
ParaType

2 styles

Whereas recognition of the
inherent dignity

Anton
Vernon Adams

1 style

**Whereas recognition of
the inherent dignity**

Prompt
Cadson Demak

18 styles

Whereas recognition
of the inherent
dignity

Dancing Script
Impallari Type

Variable

*Whereas recognition of the
inherent dignity*

Pacifico
Vernon Adams, Jacques Le Bailly, Botjo Nikoltchev, Ani Petrova

1 style

*Whereas recognition of
the inherent dignity*

Caveat
Impallari Type

Variable

*Whereas recognition of the
inherent dignity*

Shadows Into Light
Kimberly Geswein

1 style

*Whereas recognition of the
inherent dignity*

Indie Flower
Kimberly Geswein

1 style

*whereas recognition of
the inherent dignity*

Satisfy
Sideshow

1 style

*Whereas recognition of the
inherent dignity*

Permanent Marker
Font Diner

1 style

**WHEREAS RECOGNITION
OF THE INHERENT
DIGNITY**

Amatic SC
Vernon Adams, Ben Nathan, Thomas Jockin, Cyreal

2 styles

WHEREAS RECOGNITION OF THE
INHERENT DIGNITY

Great Vibes
Robert Leuschke

1 style

*Whereas recognition of the
inherent dignity*

Press Start 2P
CodeMan38 1 style

Whereas
recognition of the
inherent
dignity

Rubik Microbe
NaN, Luke Prowse 1 style

Whereas
recognition of the
inherent dignity

Rye
Nicole Fally 1 style

Whereas
recognition of the
inherent dignity

Rubik Distressed
NaN, Luke Prowse 1 style

Whereas
recognition of the
inherent dignity

Creepster
Sideshow 1 style

WHEREAS RECOGNITION OF
THE INHERENT DIGNITY

Limelight
Sorkin Type 1 style

Whereas
recognition of the
inherent dignity

Rubik Glitch
NaN, Luke Prowse 1 style

Whereas
recognition of the
inherent dignity

Monoton
Vernon Adams 1 style

WHEREAS
RECOGNITION OF
THE INHERENT
DIGNITY

UnifrakturMaguntia
j. 'mach' wust 1 style

Whereas recognition of the
inherent dignity

Associer différentes polices

Rogue, yeah.

Now this guy, he... he keeps swimmin' around
- *Jaws*

Austria!

Well, then. G'day mate!
- *Dumb & Dumber*

PAUSE THE GAME.

WAIT I'M GONNA DO MY THING WITH THE THING.
- *SWINGERS*

THAT SOUNDS FUN!

I dare you to... climb the tv antennae!
- *Homer Simpson*

When?

When you are ready. - Avatar

When?

When you are ready. - Avatar

HEY GUYS

when's the next Haley's comet?
- *The Hangover*

The Sick Boy method?

Well, it nearly worked for him, hey?
- *Trainspotting*

Spurs..

Trainspo

Trainspo

...everywhere!

Axis

Trainspo

Trainspo

Axis

Curving downwards

Trainspo

Trainspo

Curving upwards

Blackletter direction

Trainspo

Trainspo

Roman verticality



HE COULD NOT
Escape
What Was
DUSTED
IN THE
FOUR

LES VISUELS



Quels sont les différents
types de visuels ?



Comment choisir entre
photographie et illustration ?



Illustration vs. Photography



Which works best
for your campaign?

Photographies :

- Coté réaliste / Permet de s'identifier / Montre le produit
- Possibilité de retouche ou montage
- Donne un aspect sérieux et qualitatif
- Peut s'accorder avec de la vidéo

Illustrations :

- Laisse place à l'imagination
- Plusieurs styles possibles (flat, 3d, etc.).
- Joue sur la sympathie
- Peut s'accorder avec de l'animation

CAS PRATIQUE

**Vous devez créer un univers graphique
pour une nouvelle enseigne de fast food
qui souhaite s'implanter à Melun.
Spécialisé dans le hamburger, vos concurrents directs
sont les géants Mcdonald's et Burger king.**

Définir des persona

Nom :

Prénom :

Sexe :

Age :

Situation familiale :

Catégorie socioprofessionnelle :

Intérêts :

Attentes pour le produit :

Réticences sur le produit :

Utilisation du produit (fréquences, etc.) :

Définir l'univers graphique
(couleurs, polices, visuels)

MERCI

de votre participation.