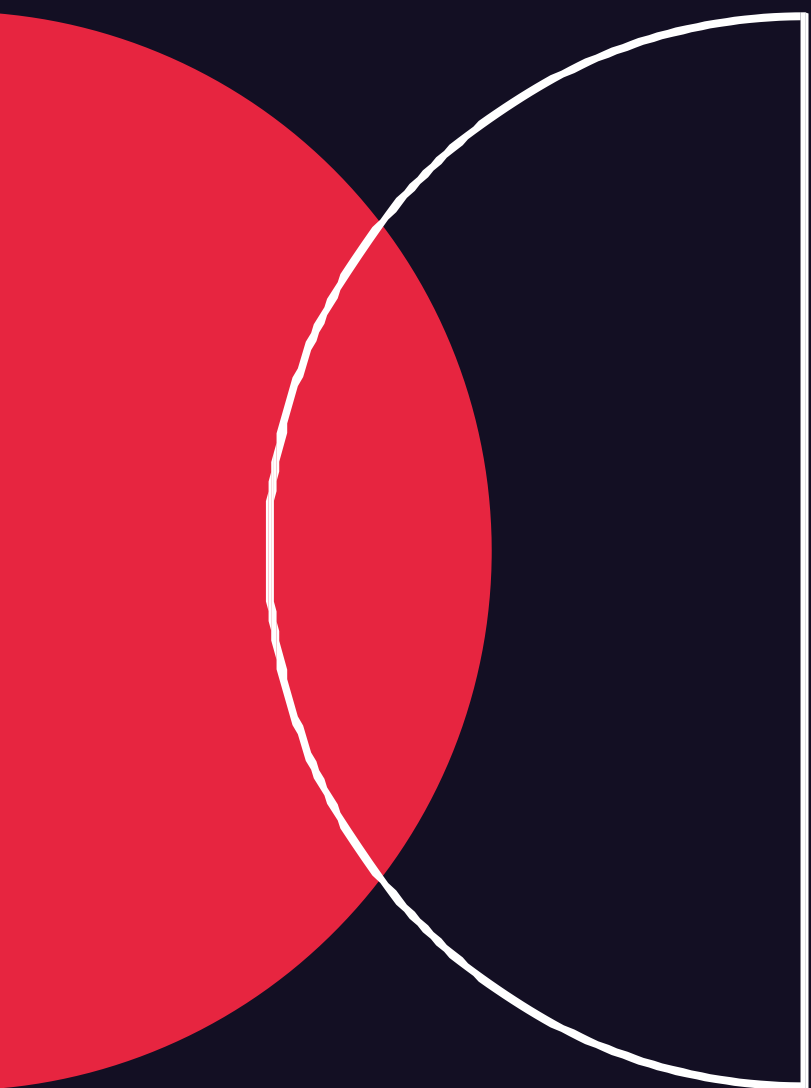


« La conception... est un plan pour organiser des éléments pour atteindre un objectif particulier »

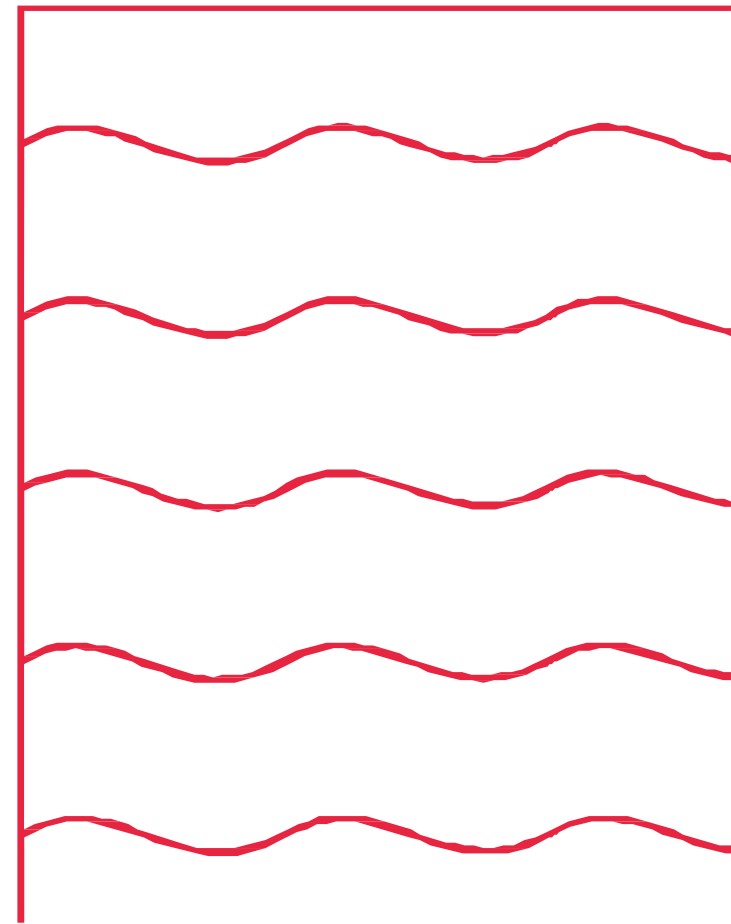
Charles Eames



**Graphisme**

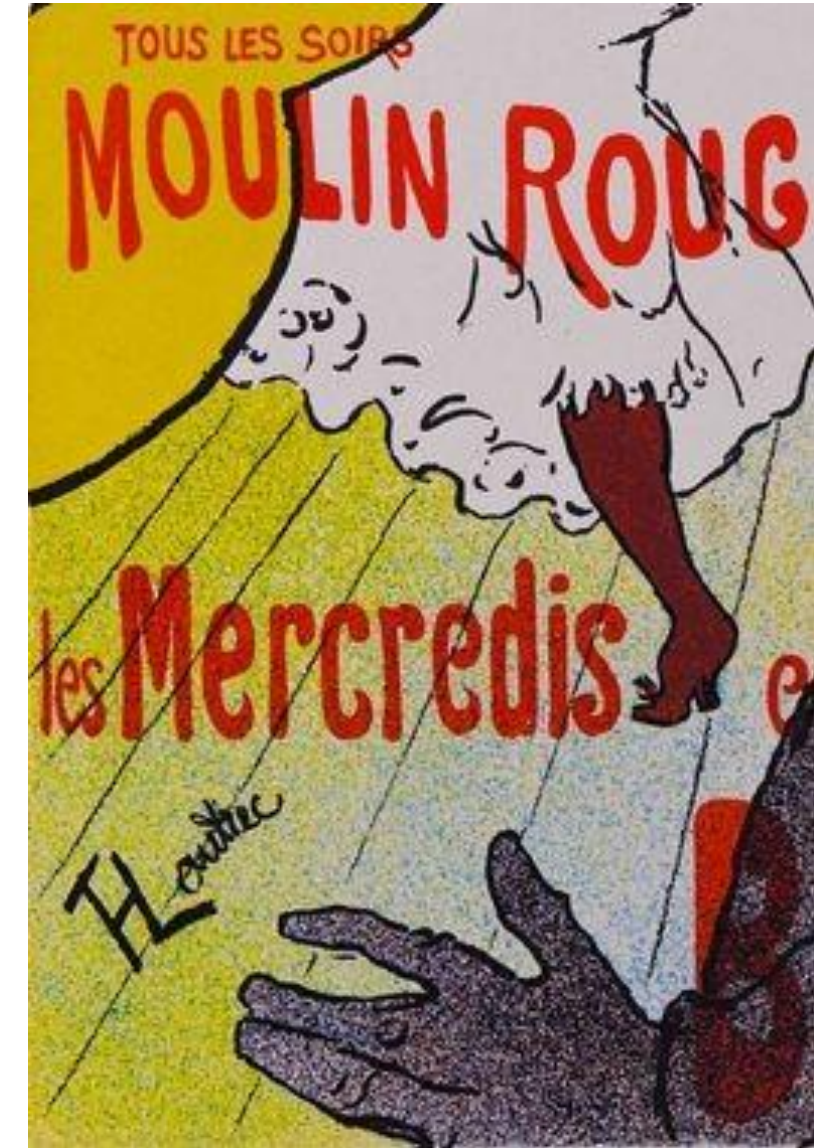
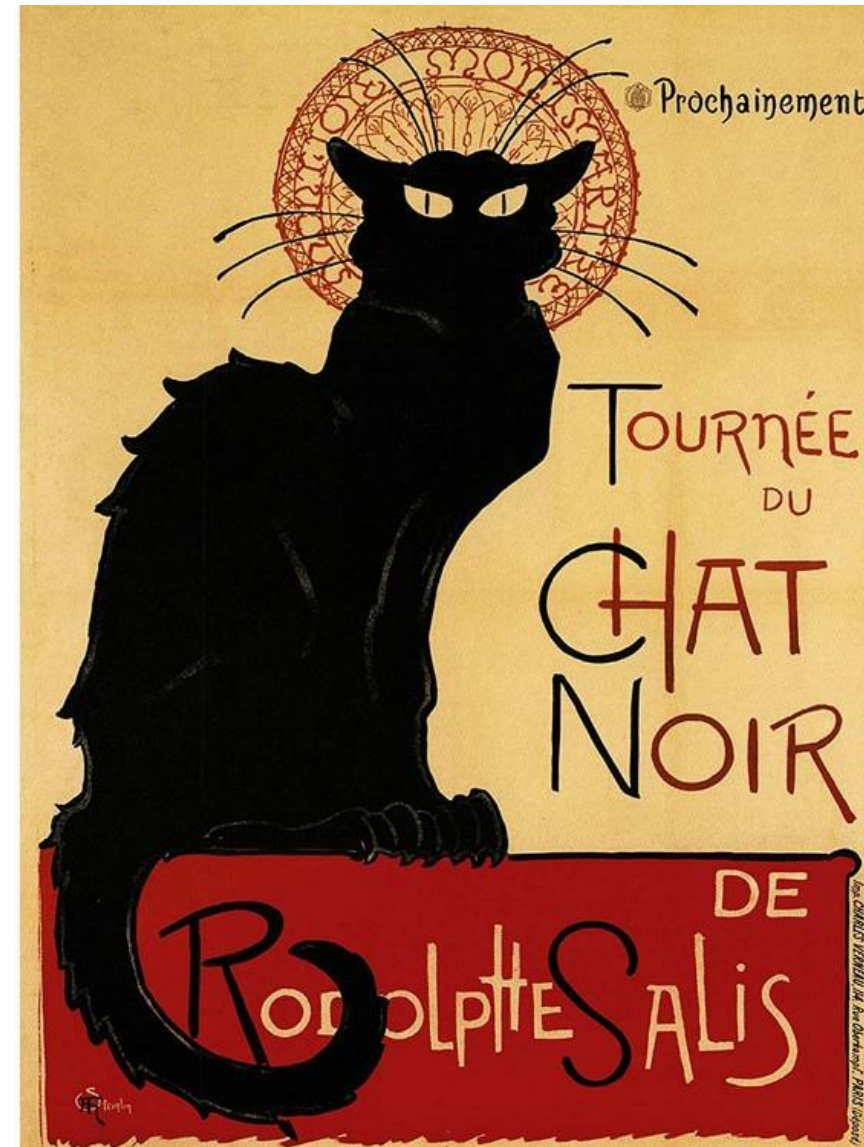
# Il est partout...

L'histoire du design graphique remonte à très loin, et constitue un puits d'inspiration immense pour tout graphiste.





# Début de l'ère industrielle

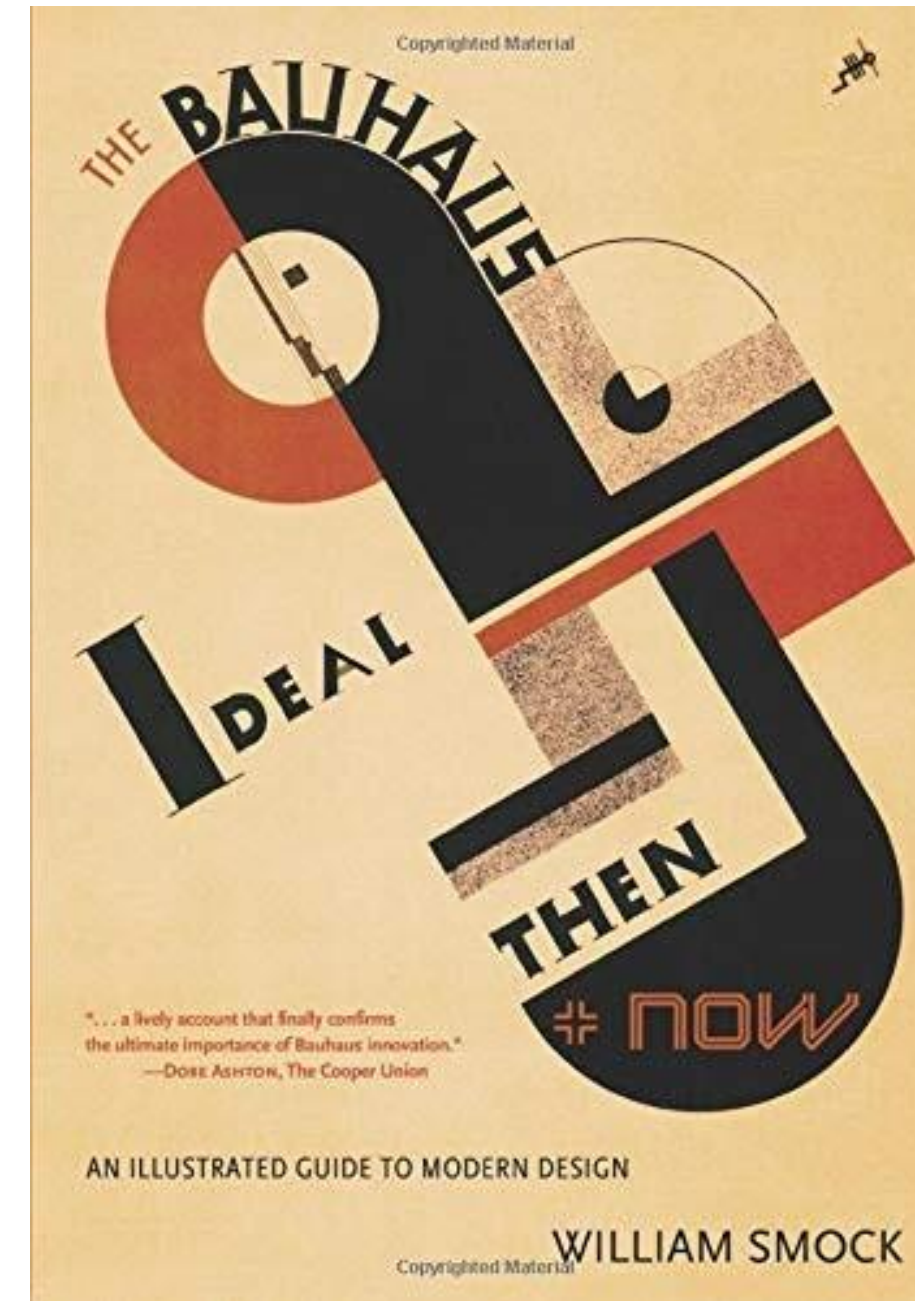
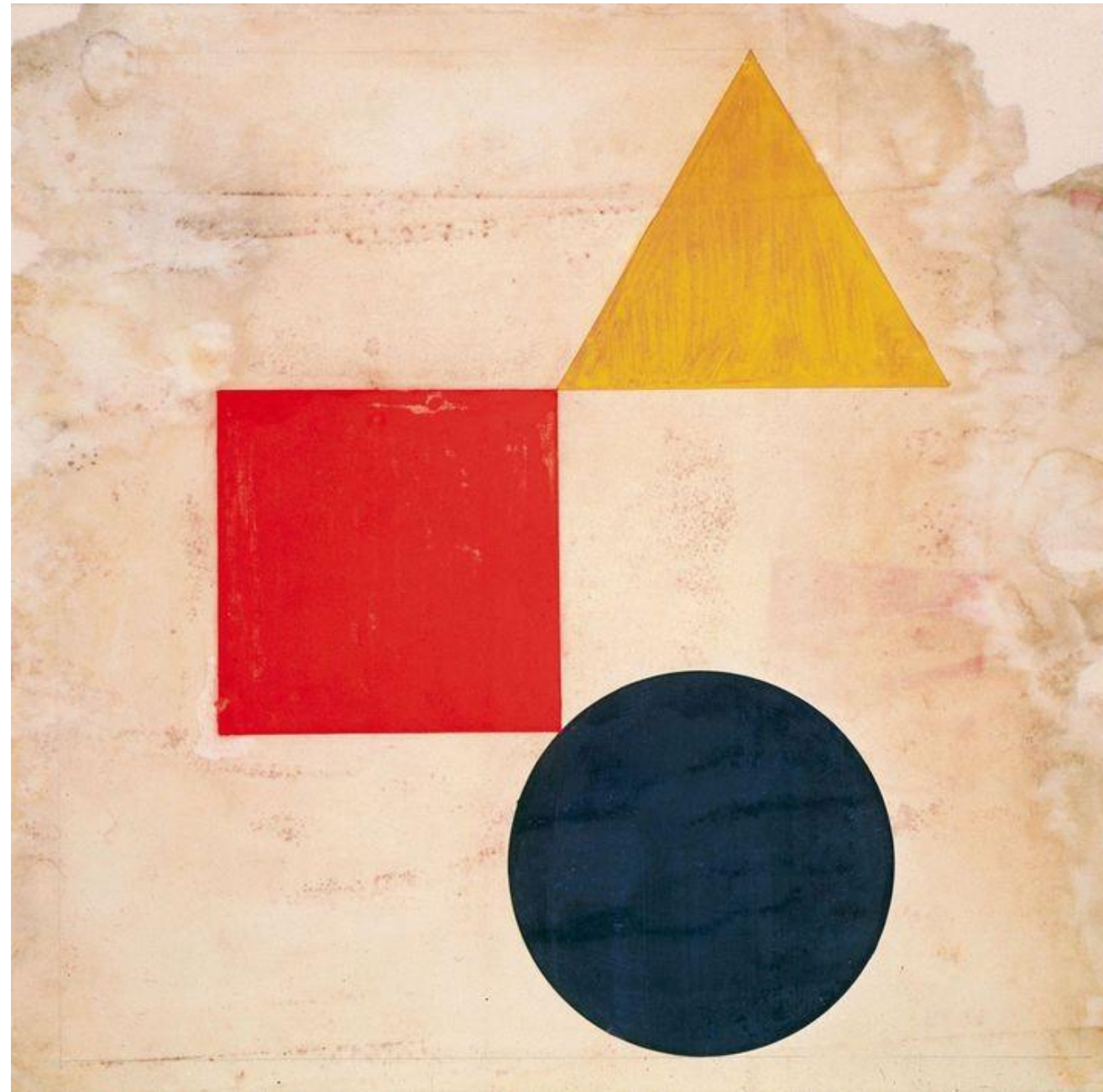




# Les années 30

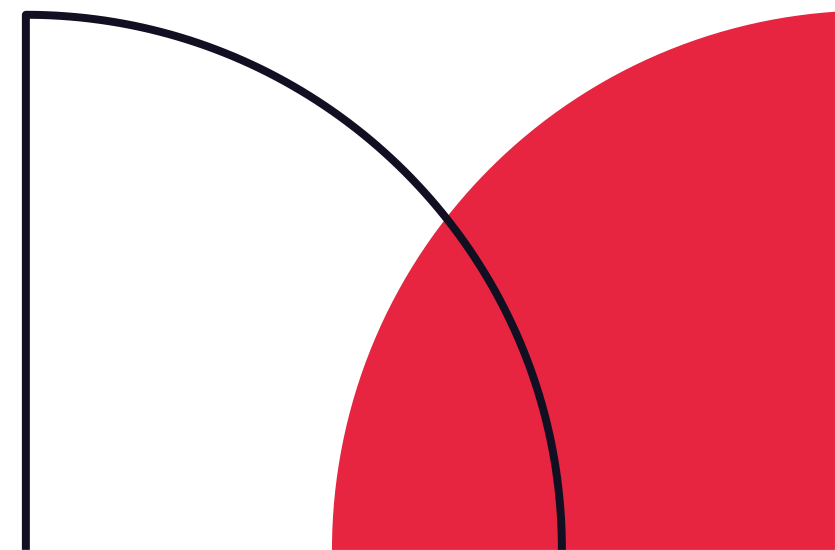
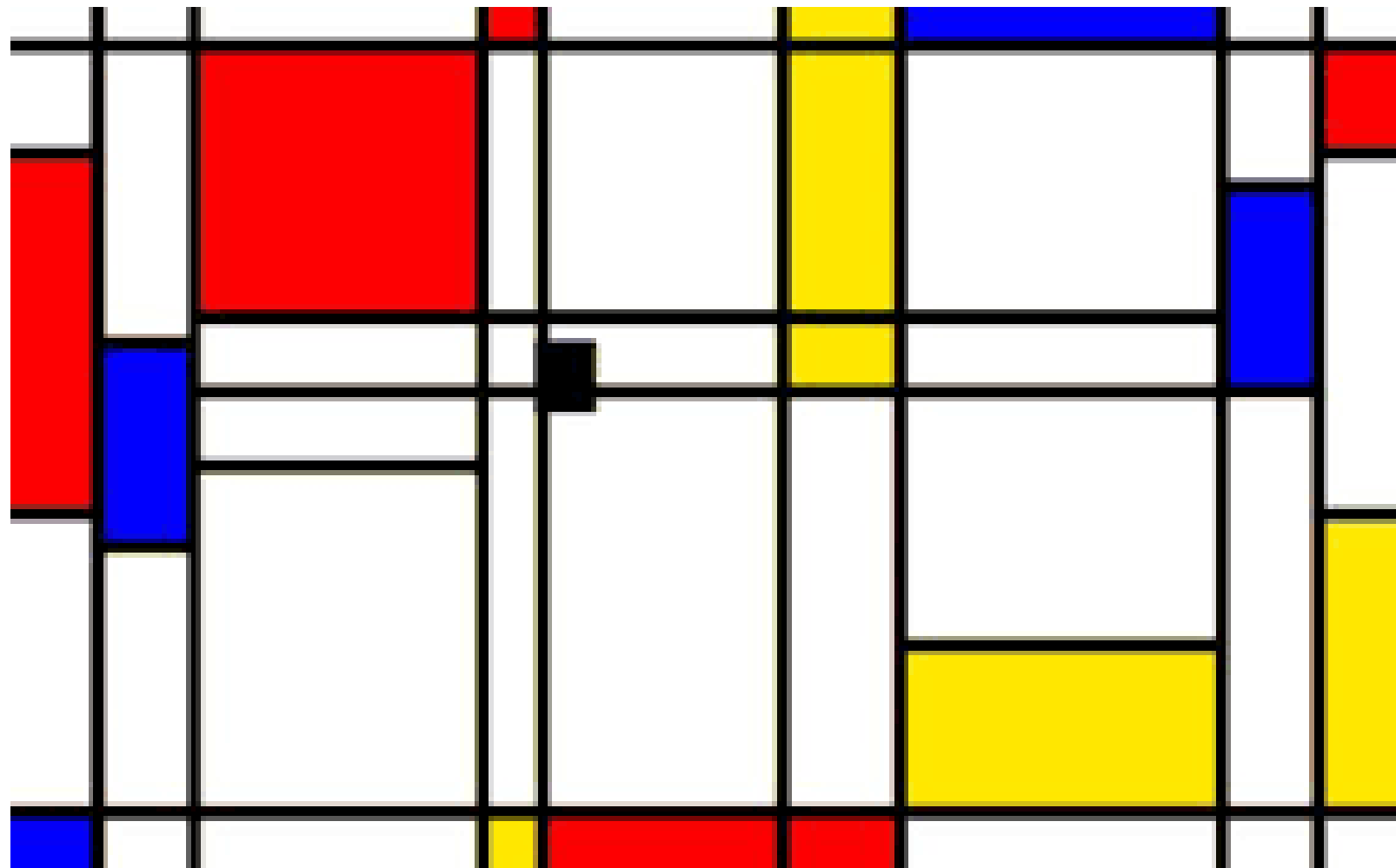


# Le début du design





# Avec des principes simples



# Et ses déviances...



209. Кулагина В.  
Ударницы заводов и совхозов, вступайте в ряды ВКП (б). 1932

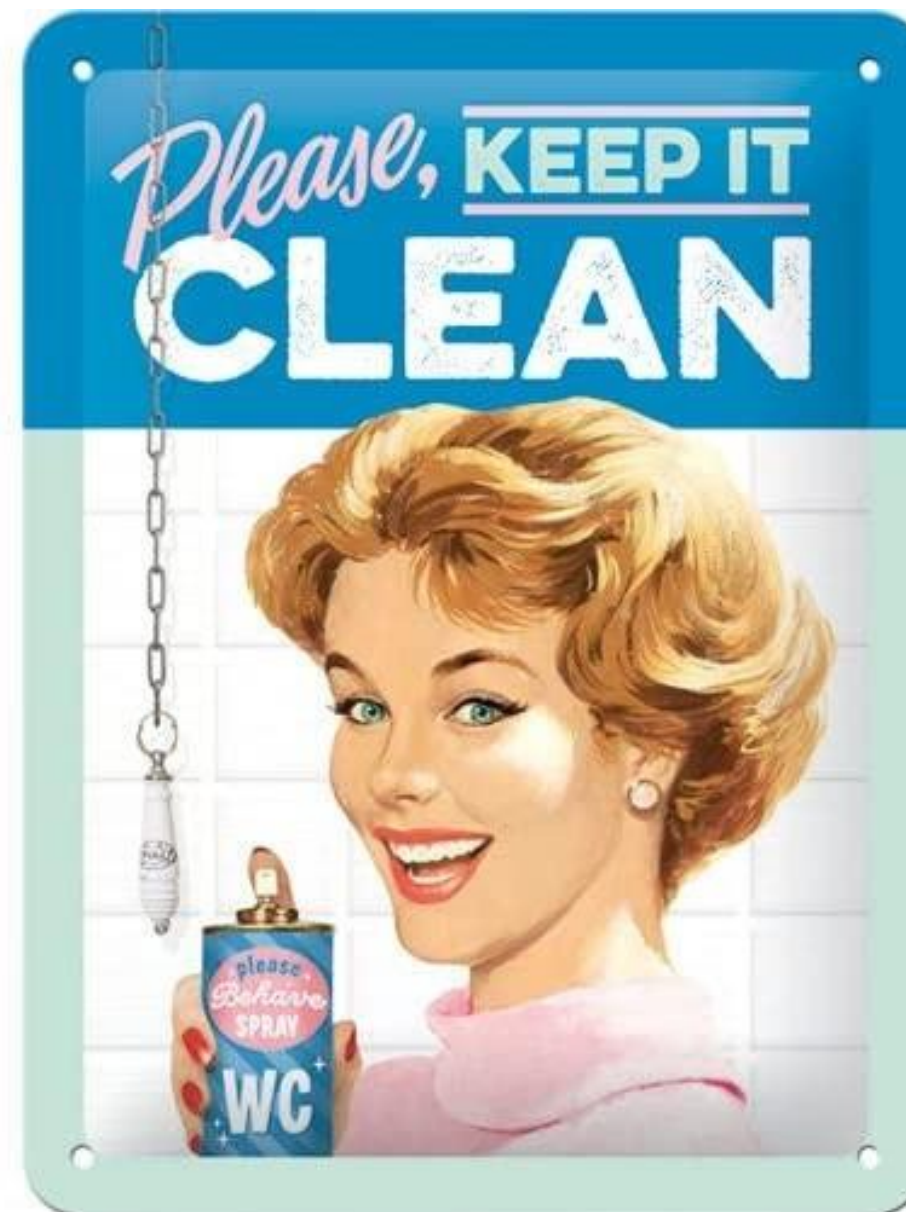


167. Клузак Г.  
Выполним план великих работ. 1930

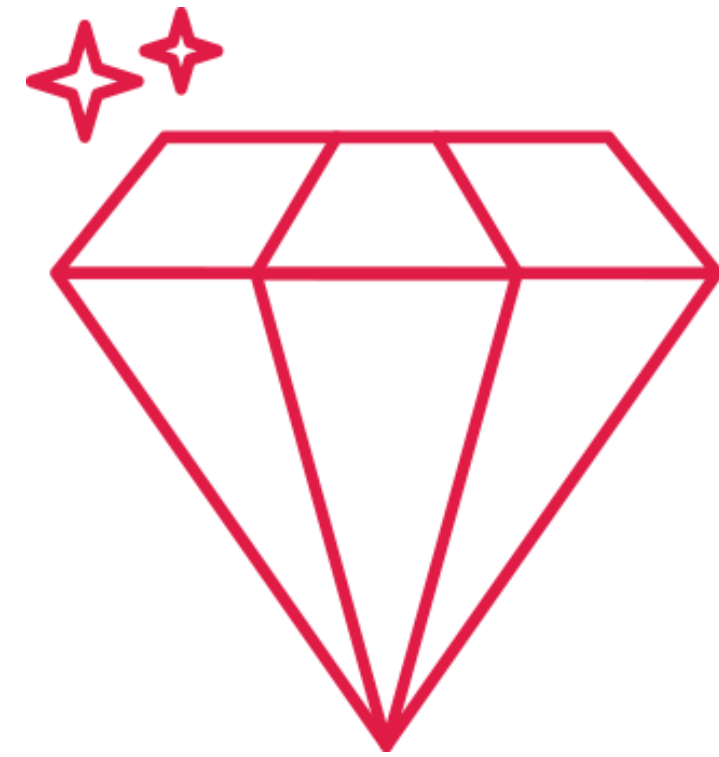




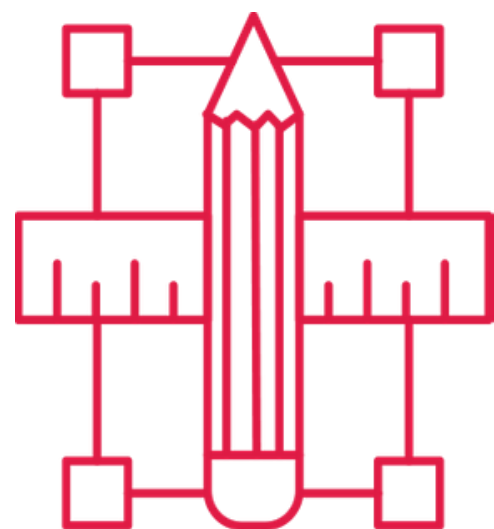
# L'évolution vers la publicité



# LE LOGO : LA PIERRE ANGULAIRE





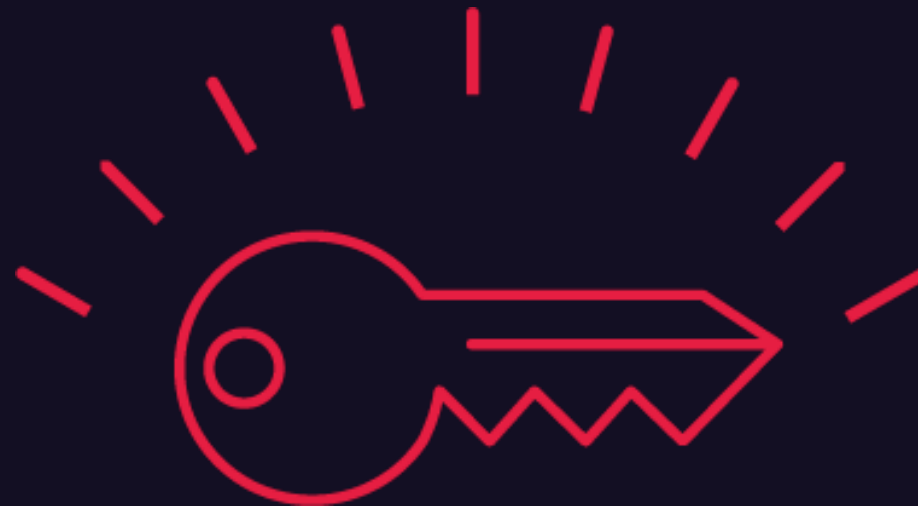


# IDENTITÉ DE LA MARQUE

**Simple d'utilisation**  
intuitive et claire

**Distincte**  
attire l'attention

**Mémorable**  
visuellement impactante



**Cohérente**  
les éléments forment un  
ensemble

**Flexible**  
évolue avec les marque



# Des logos marquants



Apple  
Rob Janoff, É.-U.  
1977



Nike  
Carolyn Davidson, É.-U.  
1971



FedEx Express  
Lander Associates, É.-U.  
1994



Coca-Cola  
Frank M. Robinson, É.-U.  
1941



McDonald's  
Jim Scheller, É.-U.  
1962



Starbucks  
Hippocott, Starbucks, É.-U.  
2011



MTV  
Manhattan Design, É.-U.  
1981



IKEA  
-  
1943

# Évolution des logos

## et leurs signification





# Évolution des logos

## et leurs signification



1976



1977



1984



1998



2006



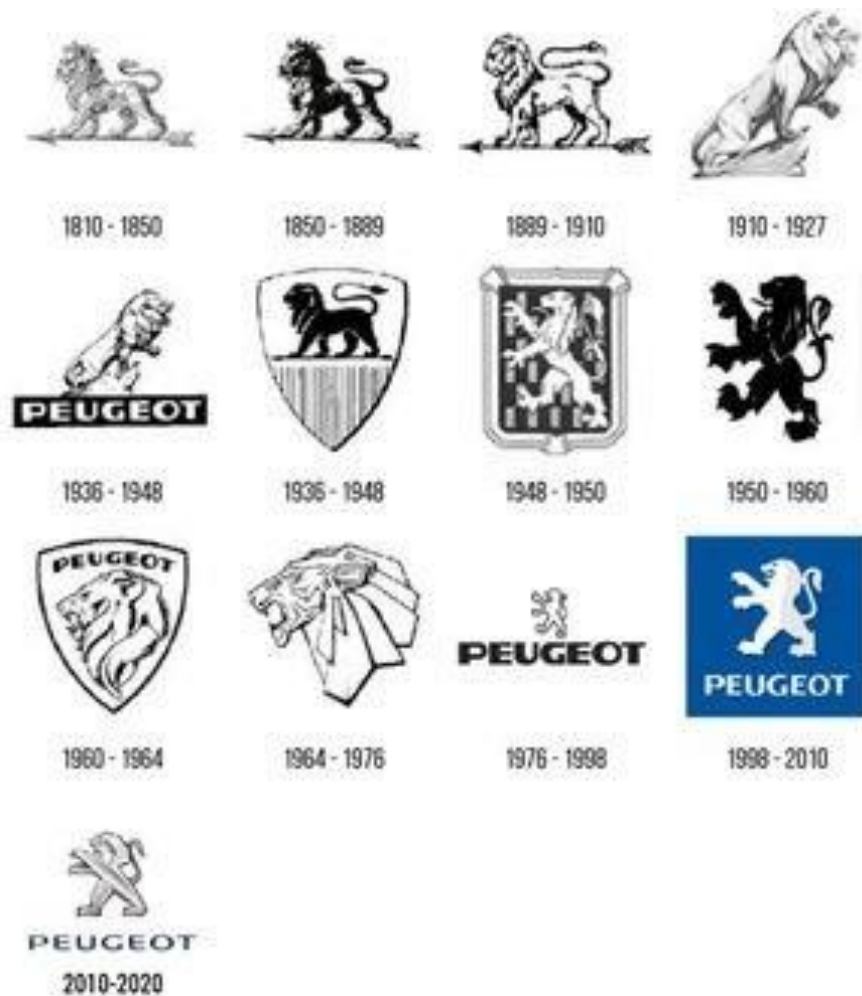
2008



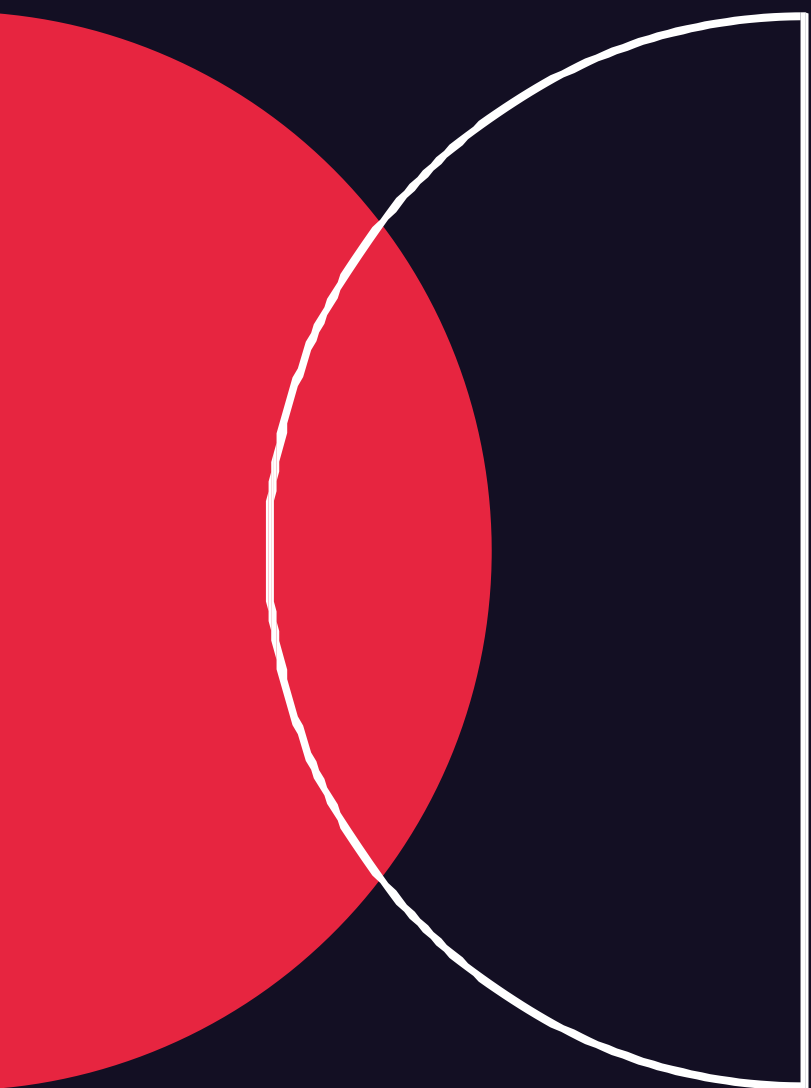
2014 - PRESENT

# Évolution des logos

## et leurs signification







**Couleurs**

Émotion

Différenciation

Personnalité

Symbolique



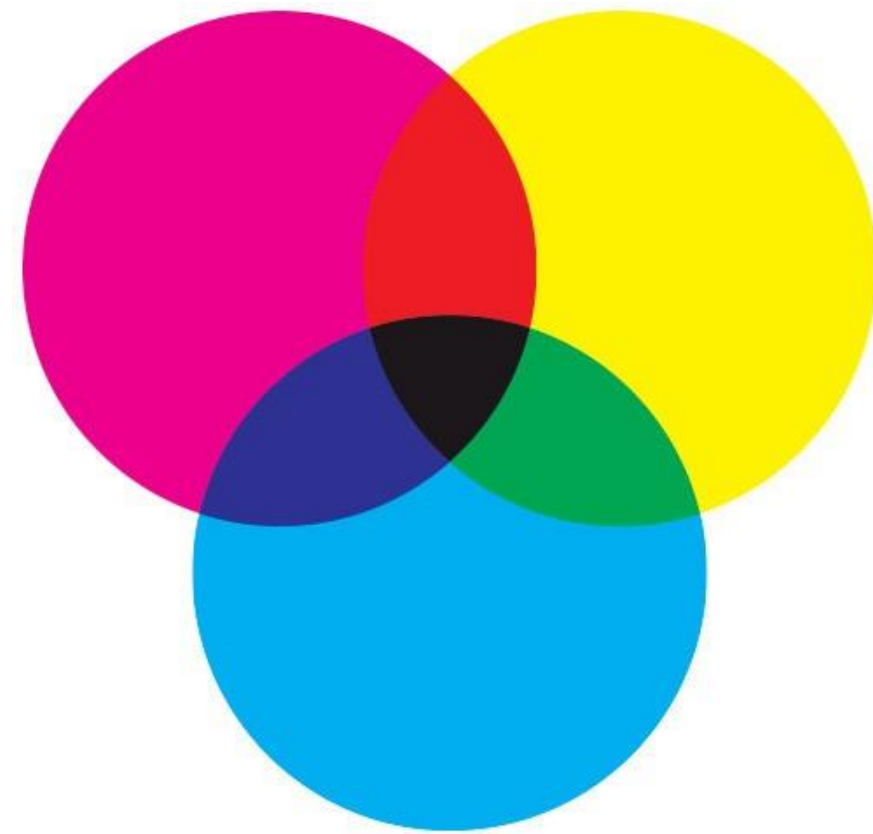
TESTER LES COULEURS



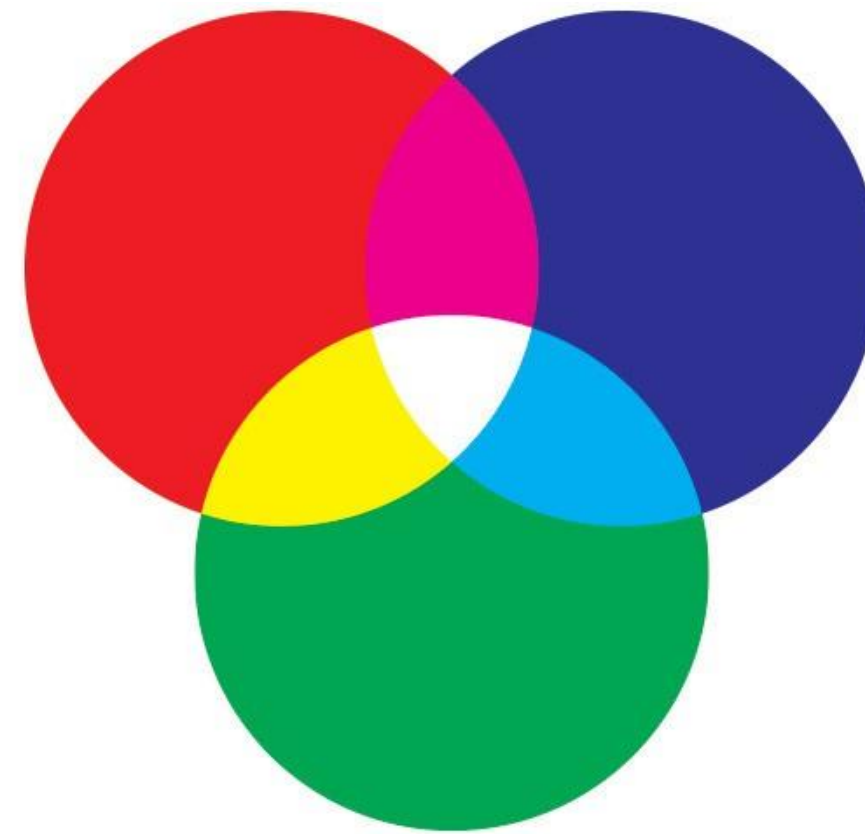
# Roue chromatique



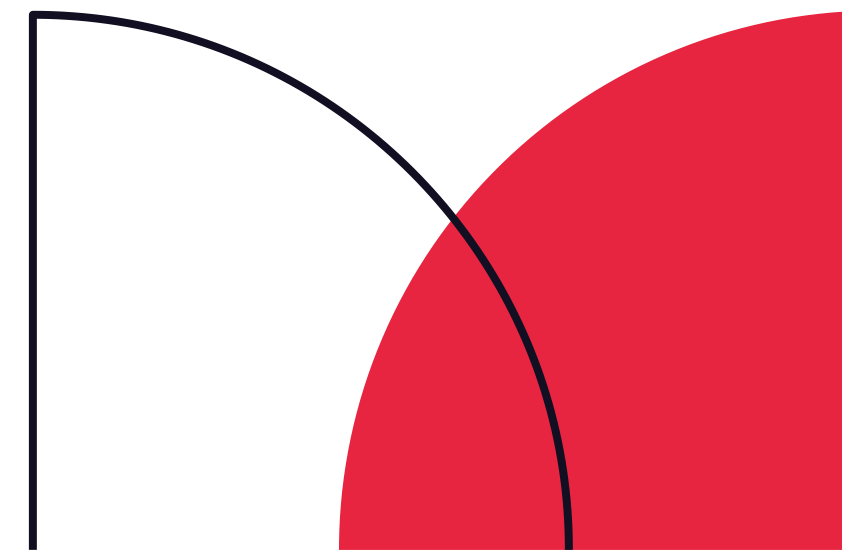
# Les synthèses colorimétriques



**SYNTHÈSE  
SOUSTRACTIVE**  
Papier



**SYNTHÈSE  
ADDITIVE**  
Écran



# Couleurs et handicap

**Comme dans l'élaboration de tout projet, qu'il concerne un produit physique ou dématérialisé, il est important de prendre en compte une majorité de handicap existant !**

**Pour rappel, l'attribut « alt » permet :**

- Un meilleur référencement
- Permet de rendre un texte accessible à une personne malvoyante





# Exemple avec le site du logiciel Discord

Ce que la plupart des gens voient :



# Exemple avec le site du logiciel Discord

Ce que les gens qui ne voient pas le rouge voient :



# Exemple avec le site du logiciel Discord

Ce que les gens qui ne voient pas le bleu voient:

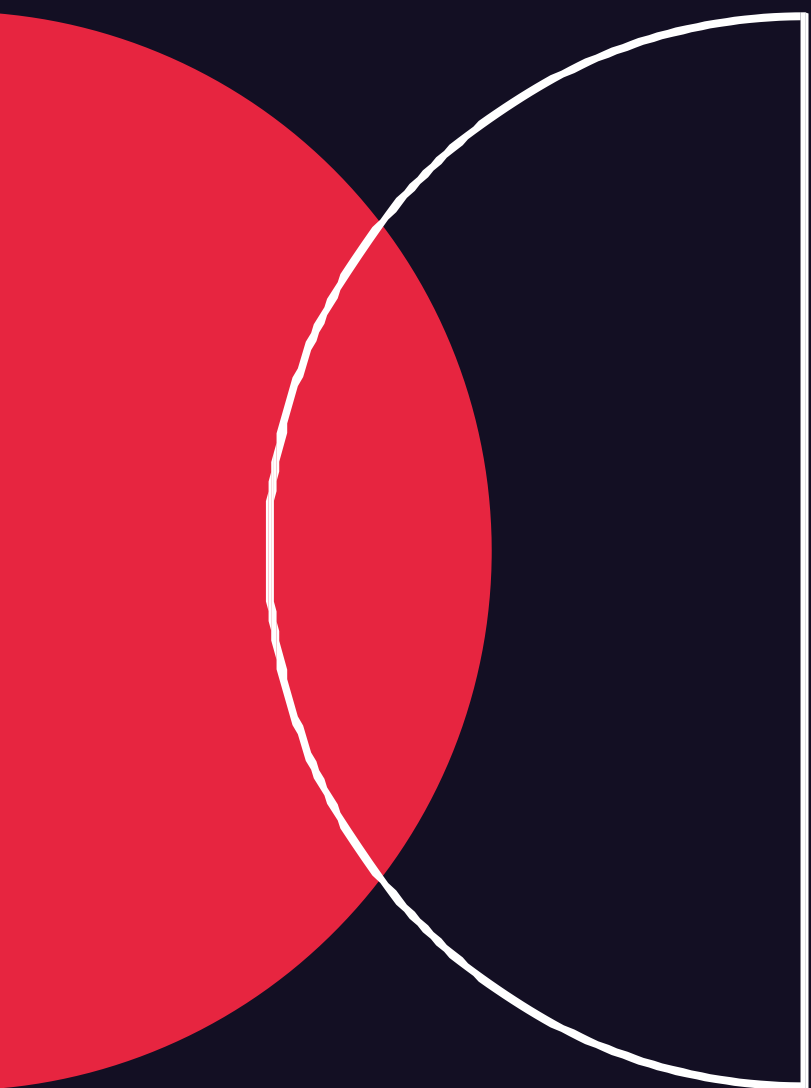




# Exemple avec le site du logiciel Discord

Ce que les gens atteints de monochromatisme à cônes bleus voient:



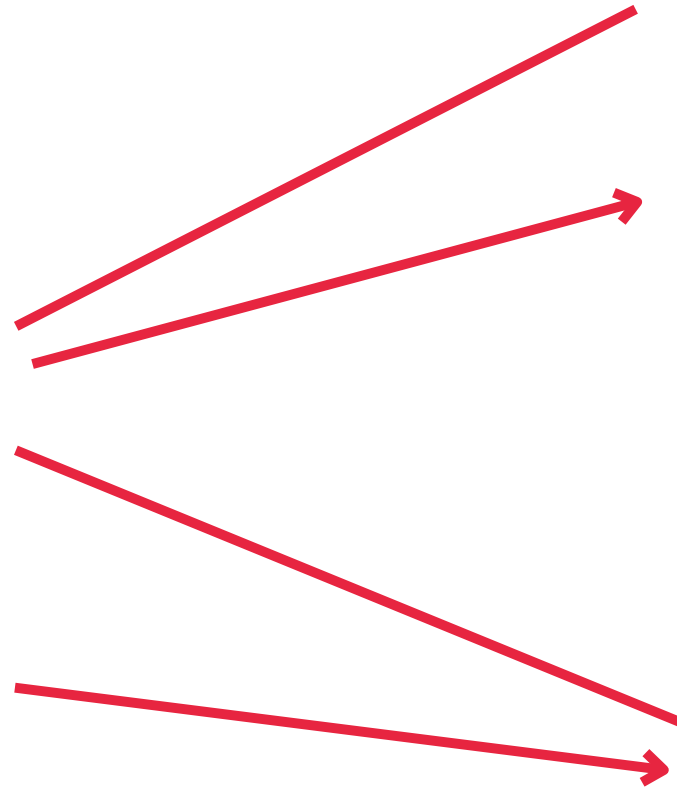


**Formes**

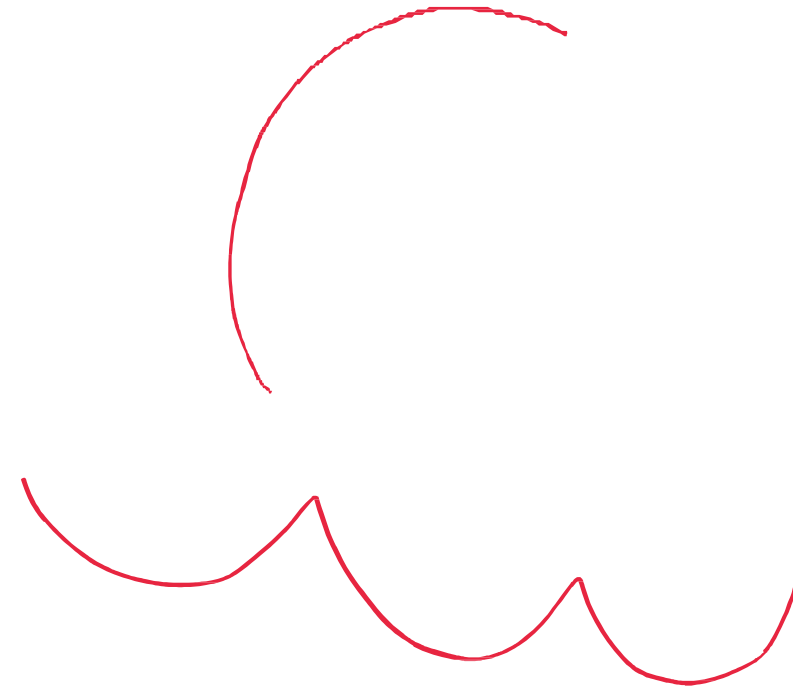
# Les lignes



Simplicité, rigueur, calme, la  
sérénité, repos, tranquillité  
& ouverture



Mouvement, progression ,  
ascension, chute, déclin



Plénitude, féminité, mollesse,  
laxisme, soumission



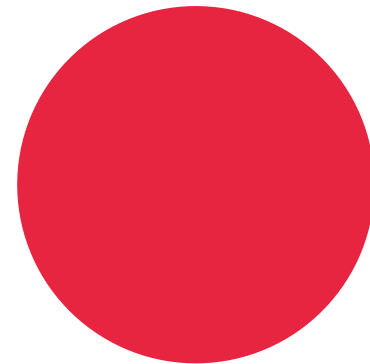
Force, dignité, vérité,  
rigidité, immobilisme



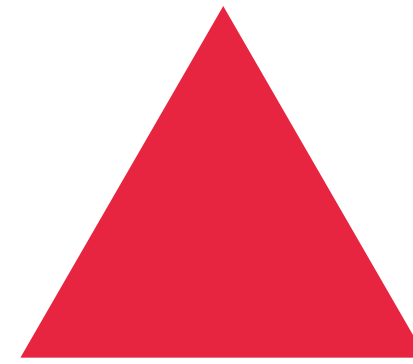
# Les formes



Terre, masculin, perfection,  
solide, stable, neutre,  
calme, repos et objectif



Unité, infini, perfection,  
éternité, féminin,  
universalité



Trinité, unité, harmonie,  
proportion, sécurité,  
l'équilibre, direction,  
danger, insécurité,  
puissance, virilité,  
féminité, fécondité



vie, passage, échange,  
partage, pluralité,  
complexité

# Skeuomorphisme ou Flat design ?

Parmi les 3 designs de logo, lequel trouvez-vous *le plus esthétique* ?



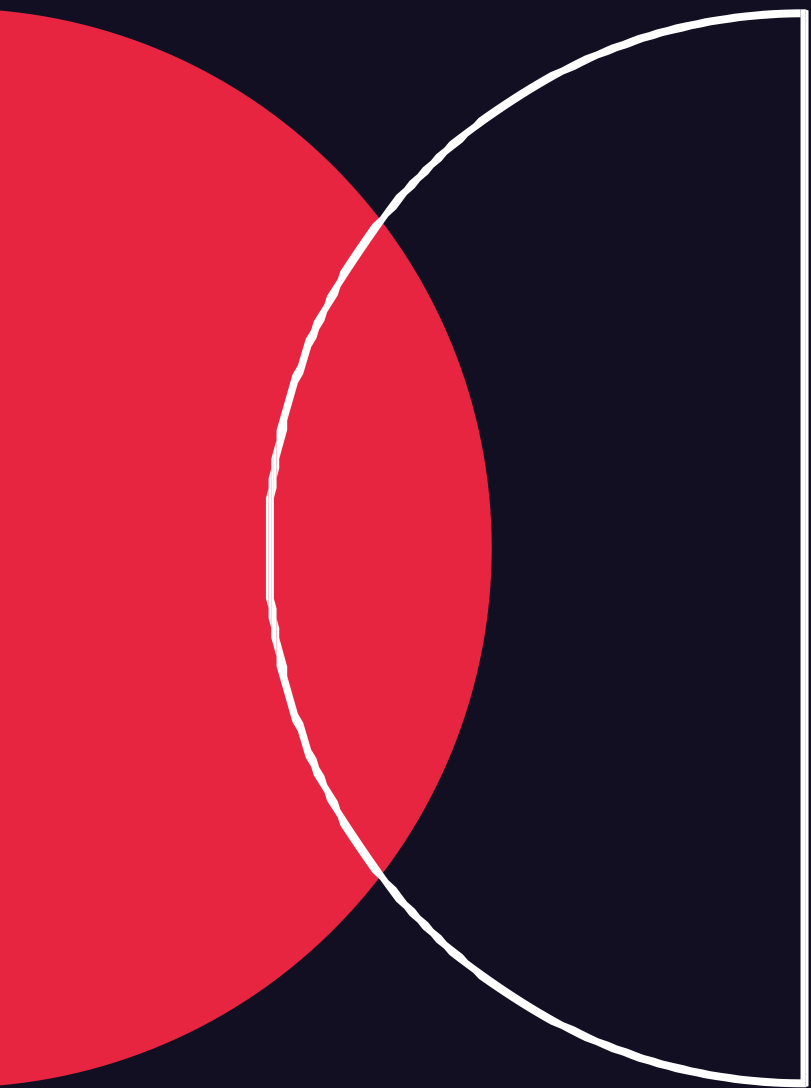
**46%**  
Flat design



**26%**  
Skeuomorphisme



**28%**  
Material design



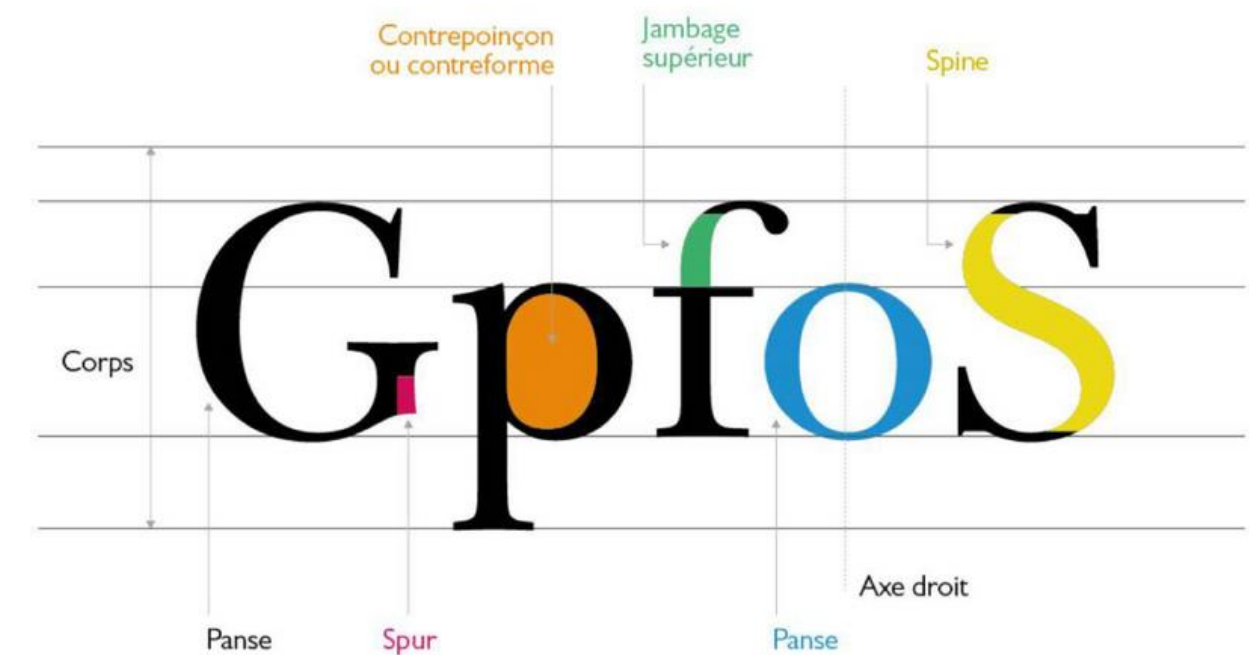
**Polices**

CHOIX INFORMÉ PAR LES  
FORMES DU LOGO

COMMUNIQUE UNE  
PERSONNALITÉ

ÉMOTION

2 À 3 FAMILLES MAX DANS UN  
PROJET





# La classification du W3C

SERIF

Lourdeur, solidité, élégance,  
finesse, classicisme, clarté,  
rigueur, romantisme

SANS SERIF

Économique, efficace,  
propre, moderne,  
numériques

*Cursive*

L'écriture à la main,  
sophistiquées, fait maison,  
intemporel, décontracté

Monospace

Chasse fixe

**Display**

Décoratives

# Polices et handicap

Choisir la bonne police d'écriture c'est favoriser l'accessibilité et le confort de lecture pour tous !

« Ma police d'écriture est pas simple à lire ?!

Oh ça va, elle est pas si mal ! »



Petit exemple évident :

Non

Cosmojunk Regular

ATTENTION JEAN: NE TOI C'EST AFFREUX !

Oui

Helmet Regular

Attention derrière toi c'est affreux !

# Le Comic Sans

Vincent Connare

Connaissez-vous le Comic Sans ?





# Le Comic Sans, c'est pas bien ?

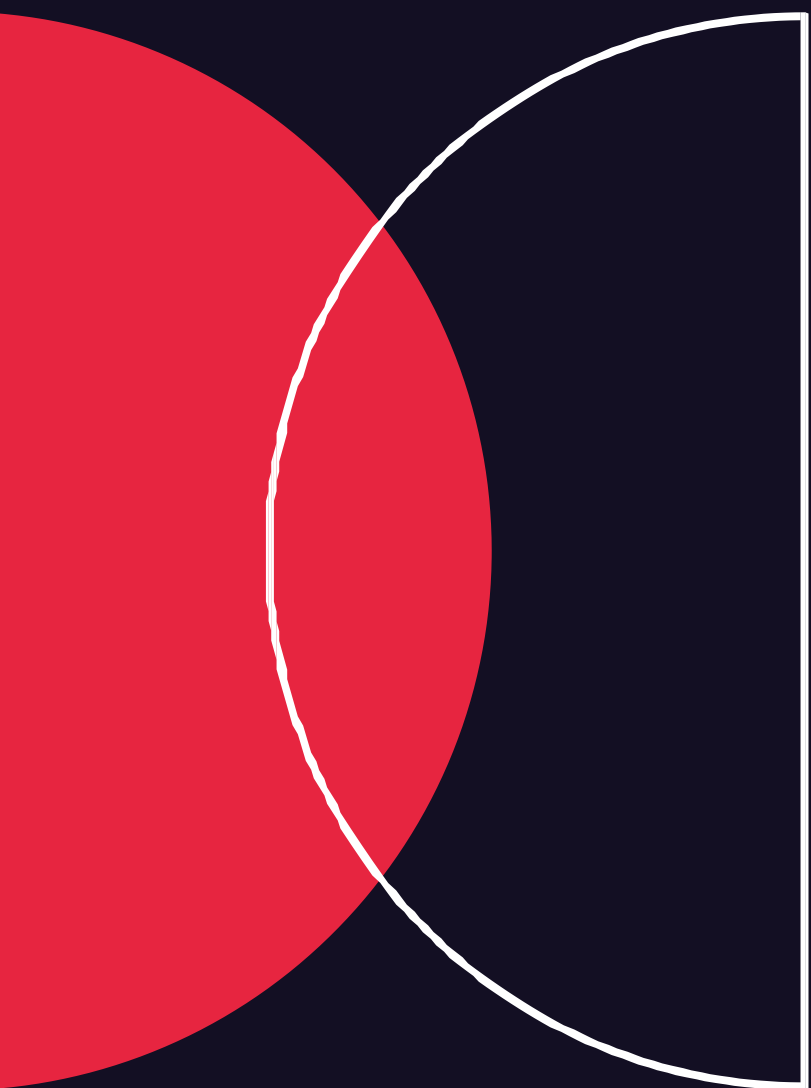


**Le Comics Sans a un avantage méconnu, c'est une police d'écriture simple à appréhender pour une personne dyslexique !**

- **OpenDyslexic**
- **Sylexiad Sans Thin**
- **Andika**

**Note : Si jamais ces polices ne vous conviennent pas, privilégier les polices Sans serif ou Monospaced.**





**Iconographie**

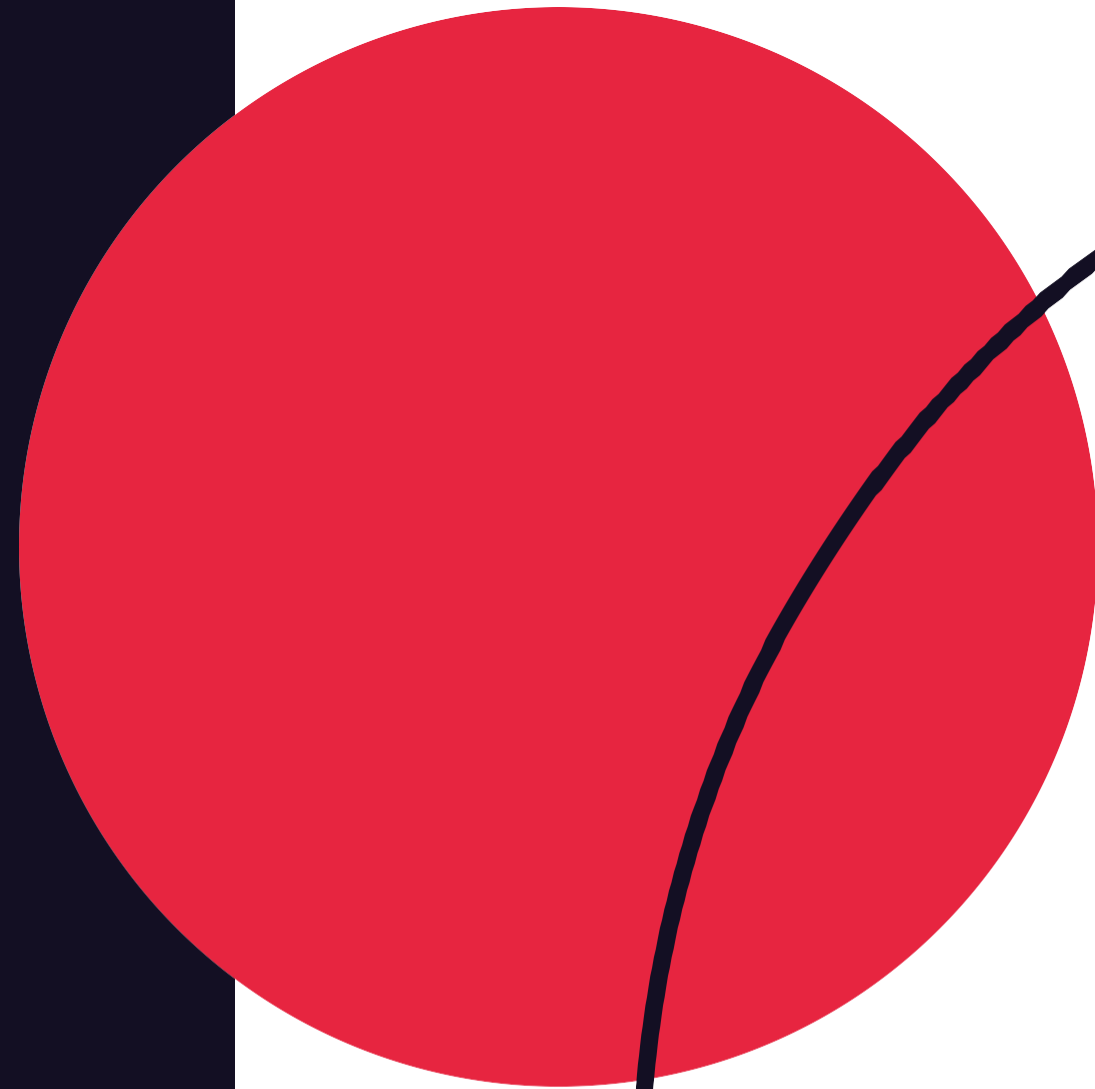
COMPLÈTE L'INFORMATION  
TEXTUELLE

LIGNE DIRECTRICE  
ICONOGRAPHIQUE

VALEURS FORTES DE LA SOCIÉTÉ  
OU DE LA MARQUE

COHÉRENCE GRAPHIQUE

FORTIFIER LE CONCEPT





# L'importance de l'image







SURJOUÉ



DÉSINCARNÉ



TROP VU



FIGÉ



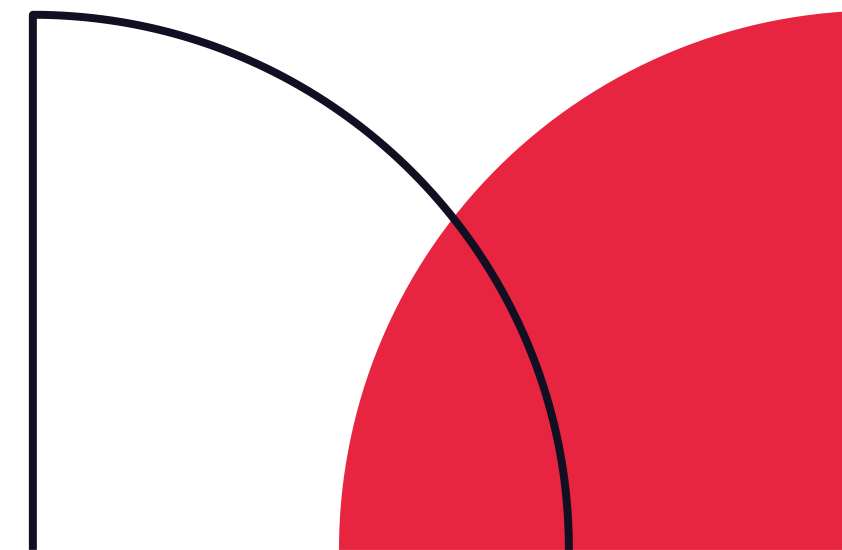
TROP CLICHÉ



CARICATURAL



# L'importance de l'icon















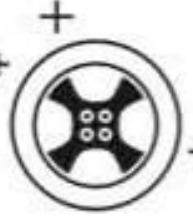









# Les pictogrammes

## Présentation

Cette planche présente une liste non exhaustive des pictogrammes Renault.

Ils sont traités de manière simple, accessible et moderne et s'intègrent parfaitement à l'identité packaging Renault.

 Huile de moteur + Huile de boîte	 Liquide de refroidissement	 Jeu de stylo retouche	 Pack protection carrosserie	 Stickerfix
 Dégivrant	 Ampoule	 Essuie glace	 Shampooing	 Lave glace
 Tapis de sol	 Ecrous antivol	 Spray nettoyant jantes	 Additif dCi	 support smartphone
 Liquide de frein	 Housse de siège	 Pare-soleil	 Rétroviseur	 Pile



# Liens utiles

UNSPLASH

PEXEL

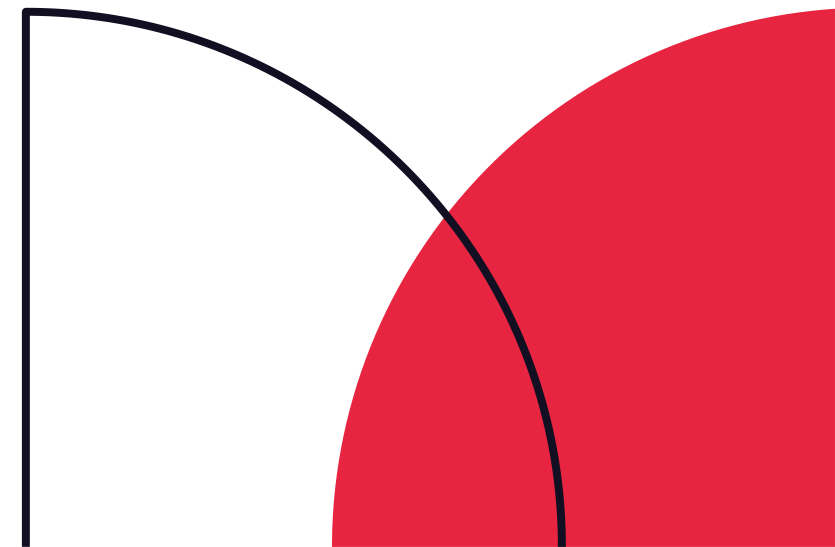
FALTICON / FREEPIK

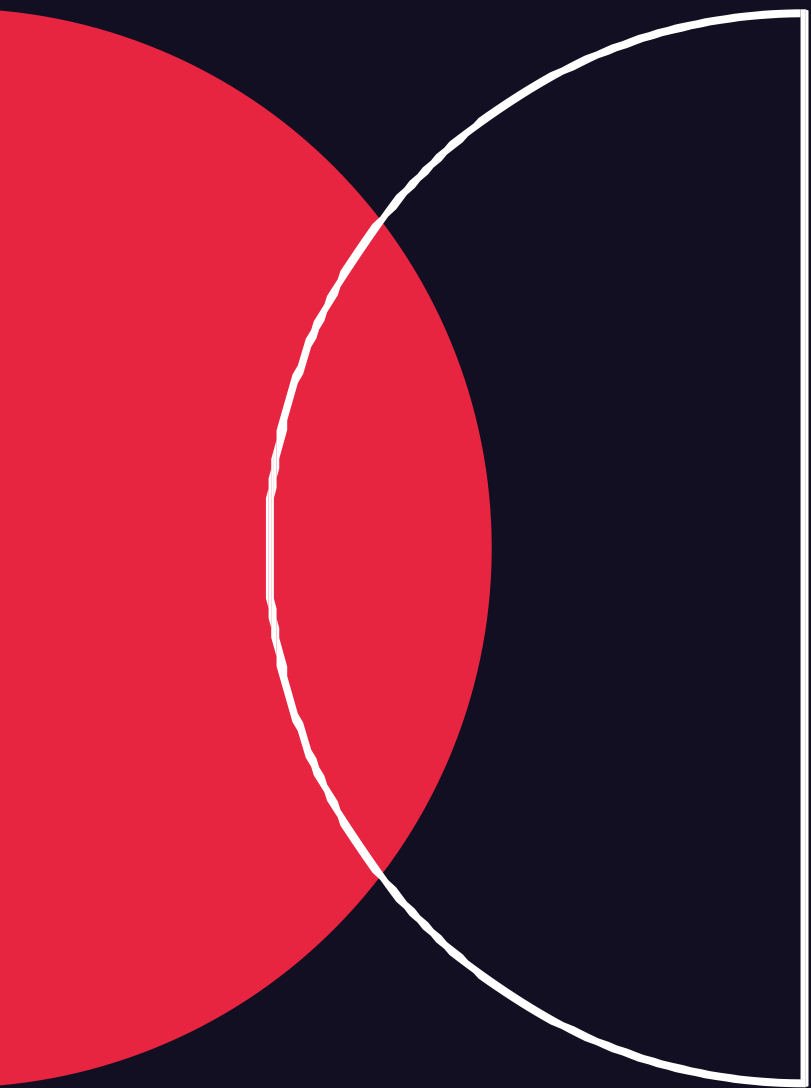
GOOGLE ICON

FONTAWESOME

ADOBE

ETC....





UI

**UI = INTERFACE UTILISATEUR**

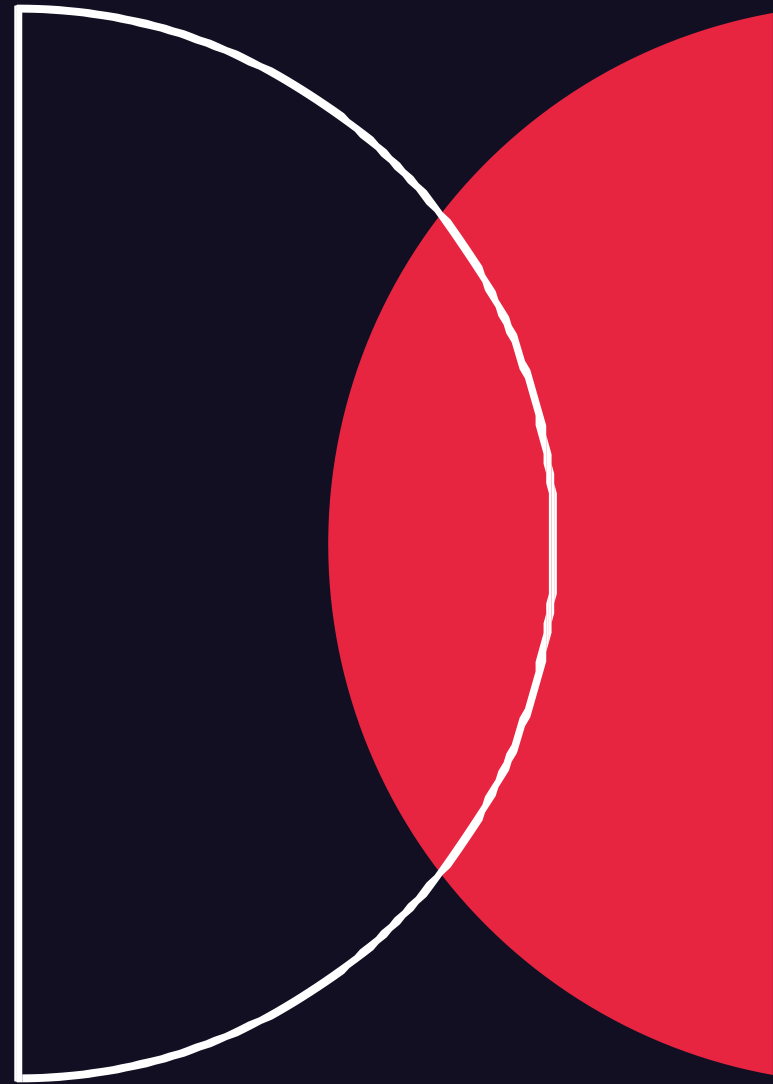
**PRÉSENTATION GRAPHIQUE  
D'UNE APPLICATION.**

**PRÉDIRE LES ATTENTES DES  
UTILISATEURS**

**ENTRE CONFORMITÉ ET  
SUBJECTIVITÉ**



UX





# QUQUES DATES

**ANNÉES 1990 :**  
THÉORISATION DU  
CONCEPT ERGONOMIE  
(JACOB NIELSEN - BASTIEN  
ET SCAPIN)

**2005 :** RÉFÉRENTIEL  
GÉNÉRAL D'ACCESSIBILITÉ  
DES ADMINISTRATIONS  
(RGAA) LE PROFIL  
D'ERGONOME APPARAÎT  
AUX CÔTÉS DE CELUI DE  
GRAPHISTE, DÉVELOPPEUR  
ET DE RÉDACTEUR

**AUJOURD'HUI :**  
INTÉGRATION DE L'UX DANS  
LES PROJETS LE PLUS TÔT  
POSSIBLE

**MAIS SUSCITE ENCORE  
BEAUCOUP DE QUESTIONS**  
-QUAND INTÉGRER CETTE  
DÉMARCHE DANS LA  
RÉALISATION D'UN PROJET ?  
-QUELLE MÉTHODOLOGIE  
EST LA PLUS ADAPTÉE  
SELON LE CONTEXTE DU  
PROJET ?

UX = EXPÉRIENCE UTILISATEUR

DÉTERMINÉE PAR LA FACILITÉ  
OU LA DIFFICULTÉ D'INTERAGIR  
AVEC LES ÉLÉMENTS  
D'INTERFACE UTILISATEUR

COMMENT LE SITE EST PERÇU  
PAR LES UTILISATEURS EN  
FONCTION DE L'**ERGONOMIE**, LA  
**NAVIGATION** ET LE **CONTENU**

**L'UX DESIGN AGIT À UN NIVEAU  
SUPÉRIEUR À (JUSTE)  
L'ERGONOMIE, IL EST PLUS  
GLOBAL**

## LES 6 PILIERS

UTILE

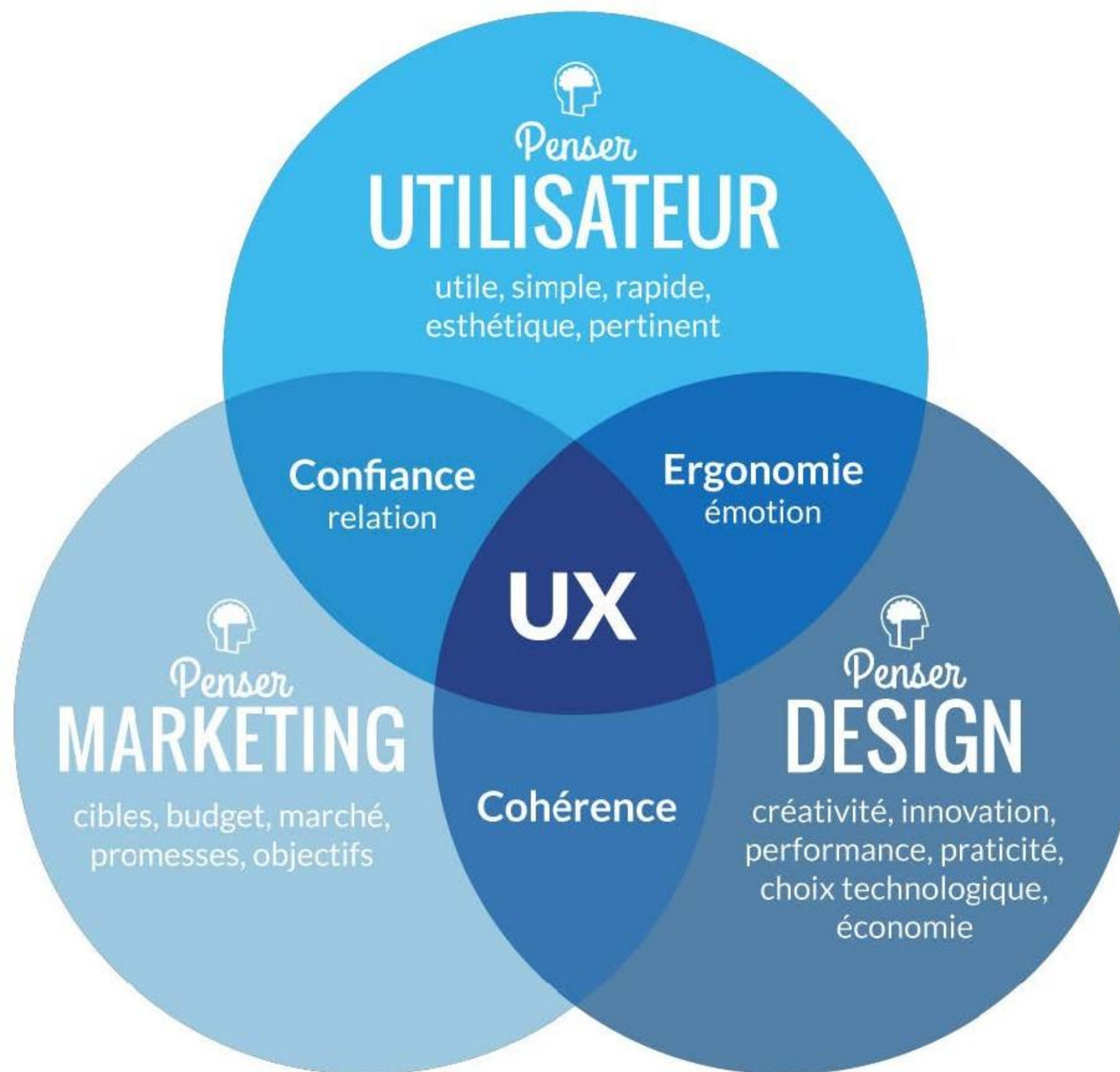
CRÉDIBLE

ACCESSIBLE

NAVIGUABLE

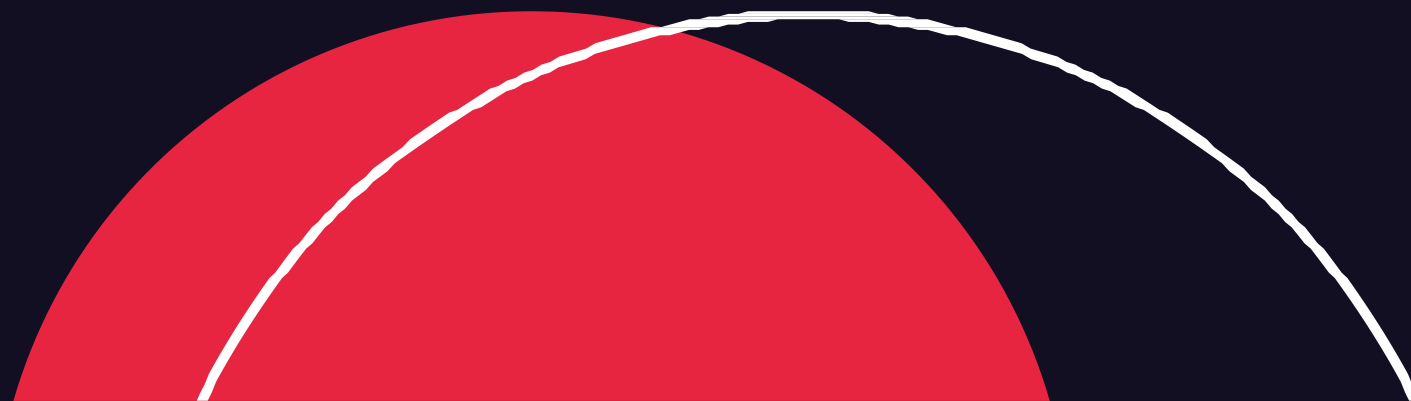
DÉSIRABLE

UTILISABLE



# L'UX C'EST ...

UNE BONNE UX, OU UNE BONNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR,  
DOIT DONNER ENVIE, DOIT FAIRE PLAISIR, DOIT CONFORTER, DOIT  
ÉPATER





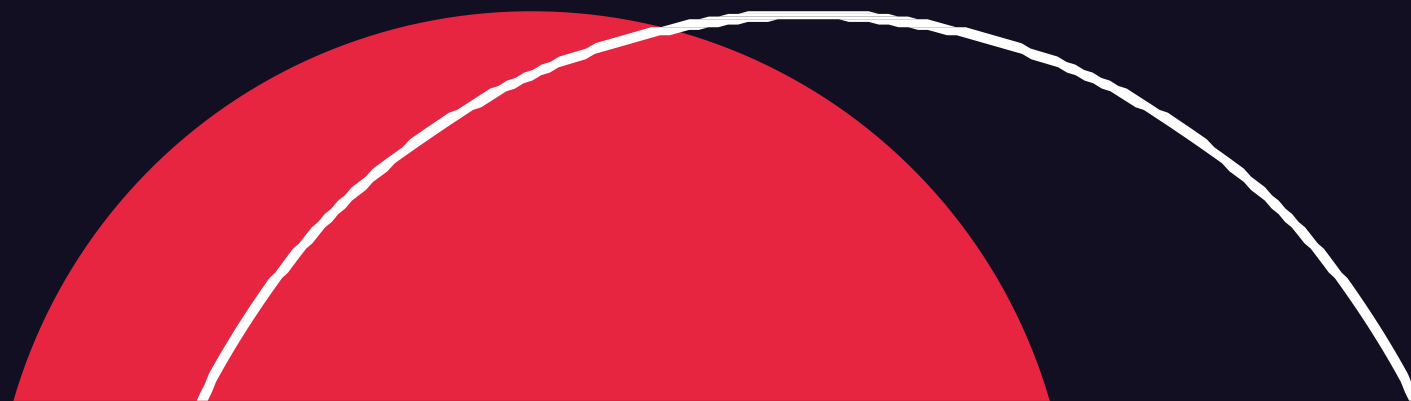
# L'UX C'EST ...

**INNOVANT** = FAÇON NOUVELLE ET DIFFÉRENTE D'ABORDER LES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES

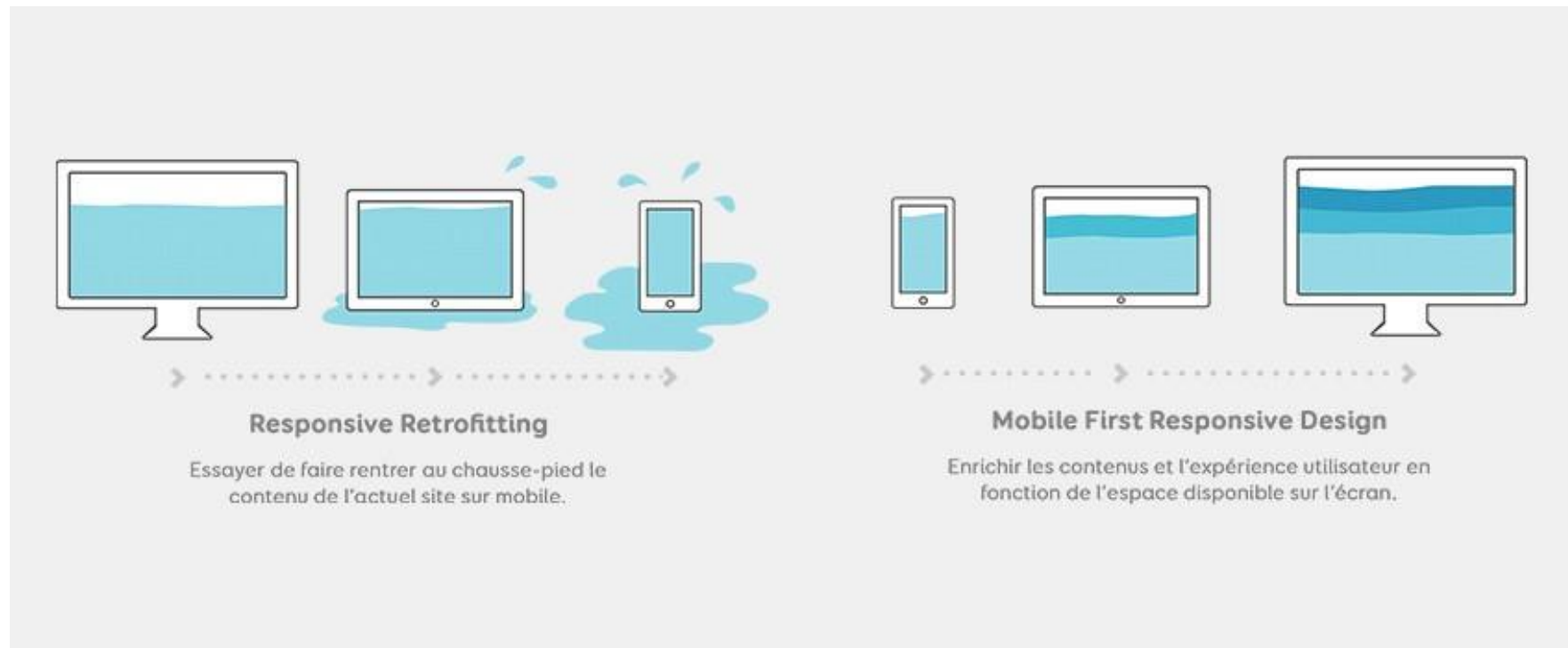
**EVOLUTIF** = REMET EN QUESTION LES MÉTHODES DE TRAVAIL AU SEIN D'UNE ENTREPRISE

**PERTURBATEUR** = BOULEVERSE LA PERSPECTIVE HABITUELLE DE PENSER UN PROJET

**PRAGMATIQUE** = RÉVÈLE CONCRÈTEMENT LA FAÇON DONT LES CHOSES SONT VÉCUES PAR L'UTILISATEUR



# Réponse mobile



SMARTPHONES =

COMMUNICATION ET CAPTURE  
DU RÉEL EN INSTANTANÉ

PRÉFÉRER LES IMAGES / ICONS  
AU TEXTE

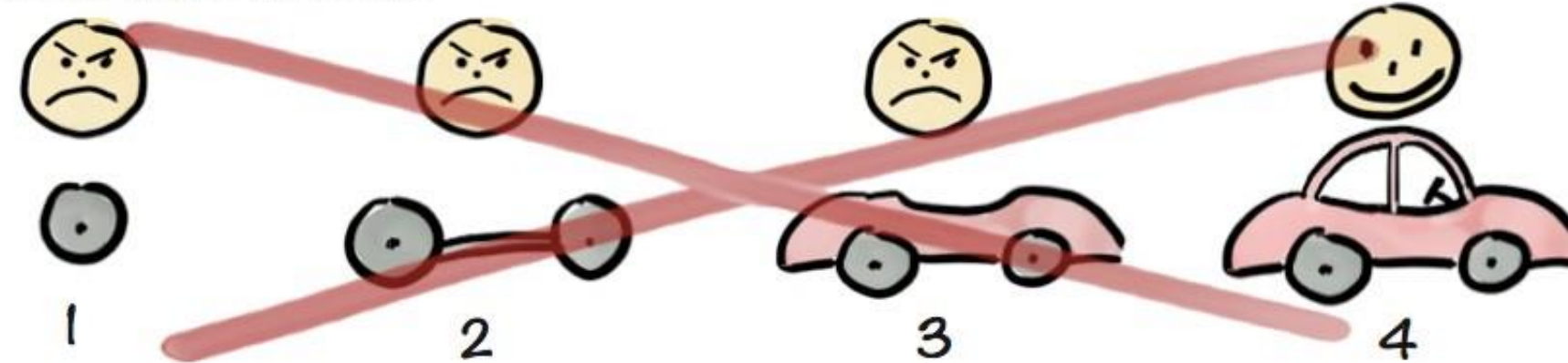
BEAUCOUP D'APPLICATIONS DE  
BESOINS DIFFÉRENT

ATTENTION DIVISÉE

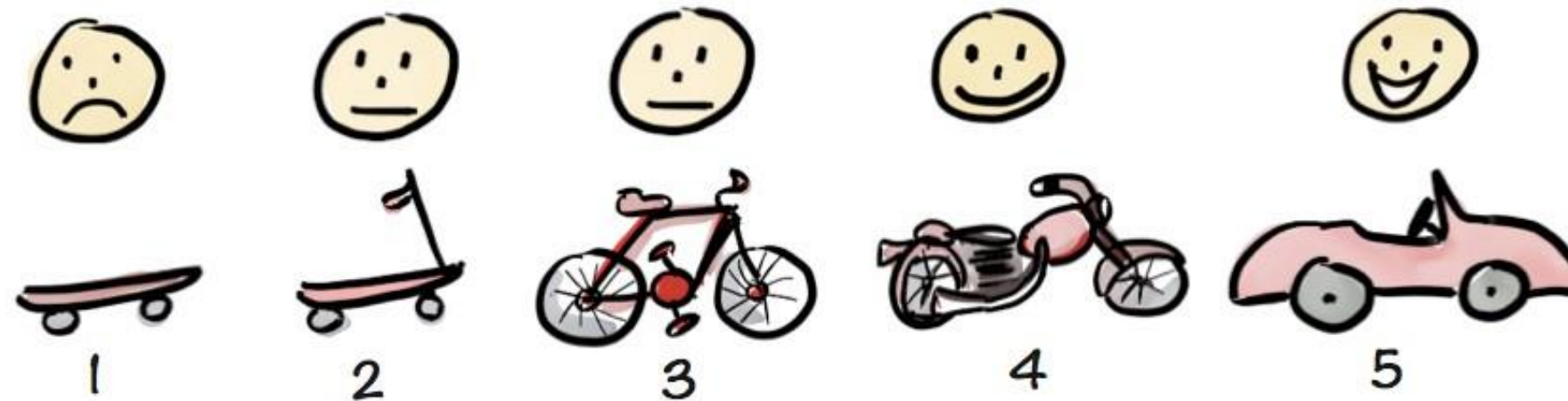
ERGONOMIE DIFFÉRENTE

# EVOLUTION ITÉRATIVE

Not like this....



Like this!



by Henrik Kniberg