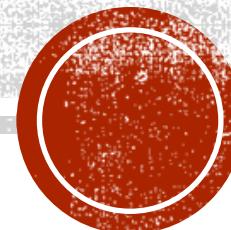


**ADRAR**  
FORMATION

# FONDEMENTS DU DESIGN

Caroline Farys



# QU'EST-CE QUE LE GRAPHISME ?

Le **graphisme** est une discipline visant à élaborer un objet de communication pour promouvoir, instruire ou informer.

Le **graphisme consiste à créer, choisir et utiliser des éléments graphiques**, tels que les caractères typographiques, les dessins, les couleurs, les photos ...





## UN PEU D'HISTOIRE

Les élément fondateurs du graphisme et par extension ceux la communication visuelle sont originaires des grottes de Lascaux (*entre 18 000 et 15 000 ans avant JC*), **les peintures rupestres marquent ainsi l'origine du graphisme.**

Plus tard viendra la naissance de l'écriture en Mésopotamie (*vers 3500 avant notre ère*).

Le graphisme suivra ensuite l'évolution humaine, celle de l'écriture et enfin celle de la diffusion massive des images.



CONSULES · PRO VATEM ETIAM ET MVRIS  
INARIA · PRO · VALETUDINE · MEA · SVPPPLIC  
· SALIARE · CARMEN · ET · SACROSANCTVS ·  
SSET · LEGE · SANCTVM · EST · PONTIFEX · M  
VM · DEFERENTE · MIHI · QVOD · PATER · M  
MORTVO · QVI · ID · TVMVLTVS · OCCASIONE  
LTITUDINE · QVANTA · ROMAE · NVNQV  
CONSULIVS · ARAM · FORTVNAE ·

Hec ibi multa docent lector qdqueri hones te  
Si reple caro cupi scripta sacra libri  
Huius enim corpus paruum qdcernitur esse  
Continet in se torsa quat tuor eccelubros  
Primus enim narrat xp̄i p̄cepta tenere  
Quo seruare dūuisse moribepius  
ebus uti sedi insinuans presentibus apte-

Etiam litterarum q̄ moū  
ad modum p̄eclari viri magi  
atri Nicholai Denijse humilis  
beati patris francisci religio  
m̄is fratrum minorum tulicam

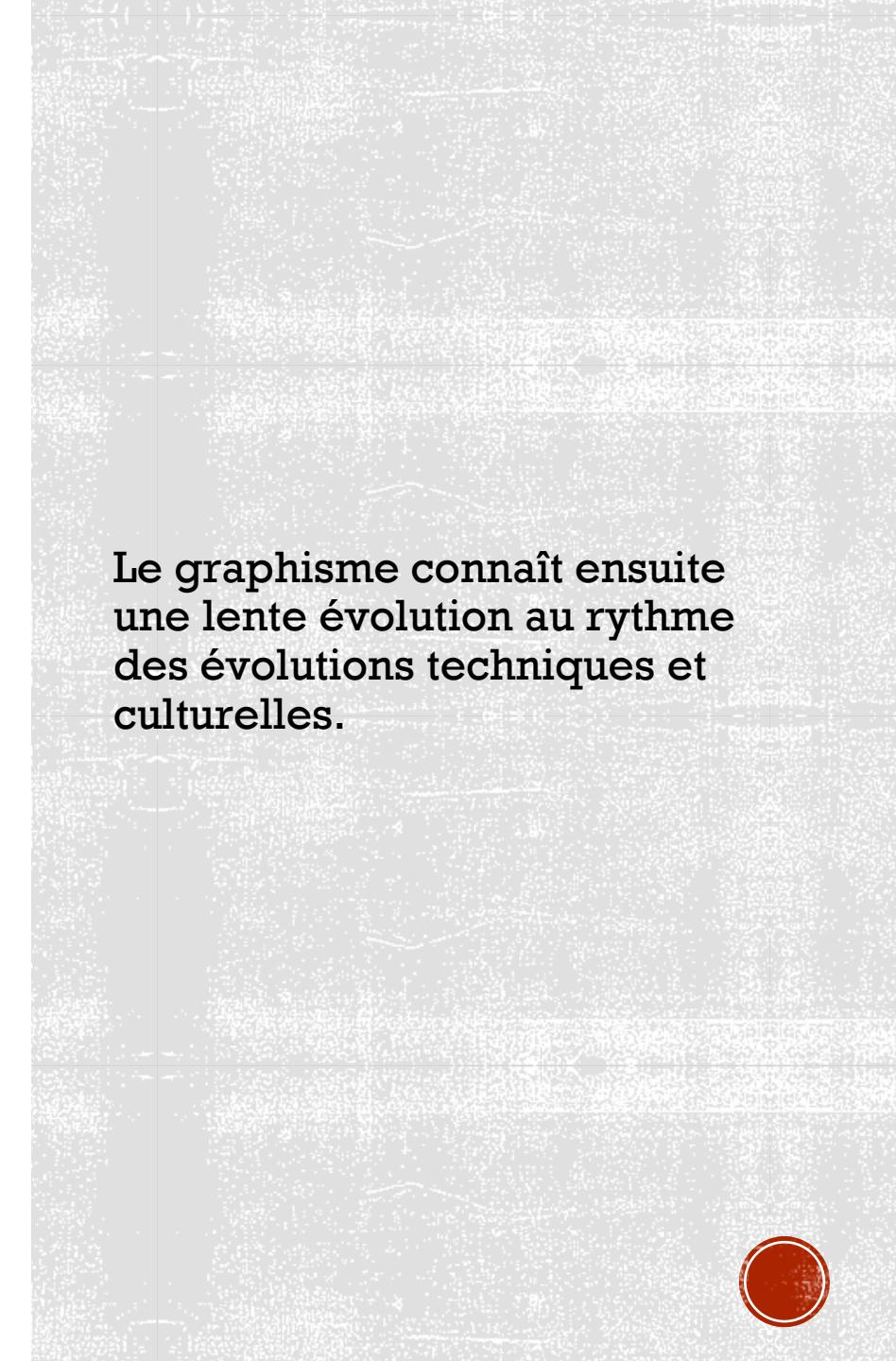
Le graphisme est essentiellement construit autour de la lettre :

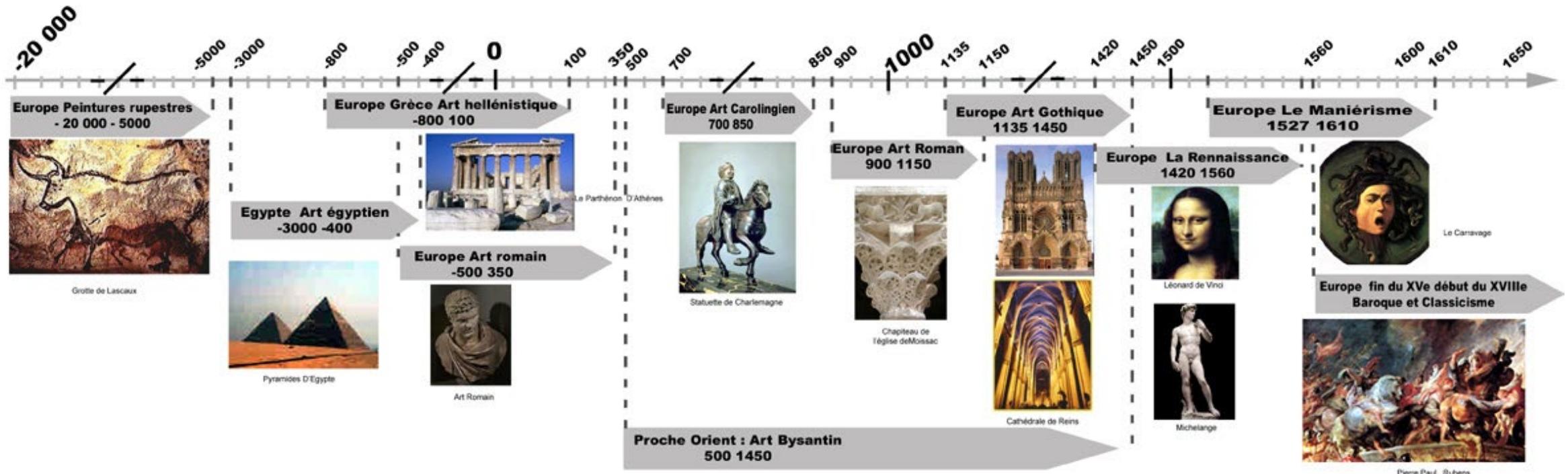
- L'écriture phénicienne (*1200 – 1100 avant notre ère*),
- La capitale romaine,
- La minuscule carolingienne, appelée également *Caroline*,
- La calligraphie puis la typographie gothique (*utilisée par Johannes Gutenberg vers 1440*),
- L'écriture humaniste, utilisée pendant la Renaissance italienne.

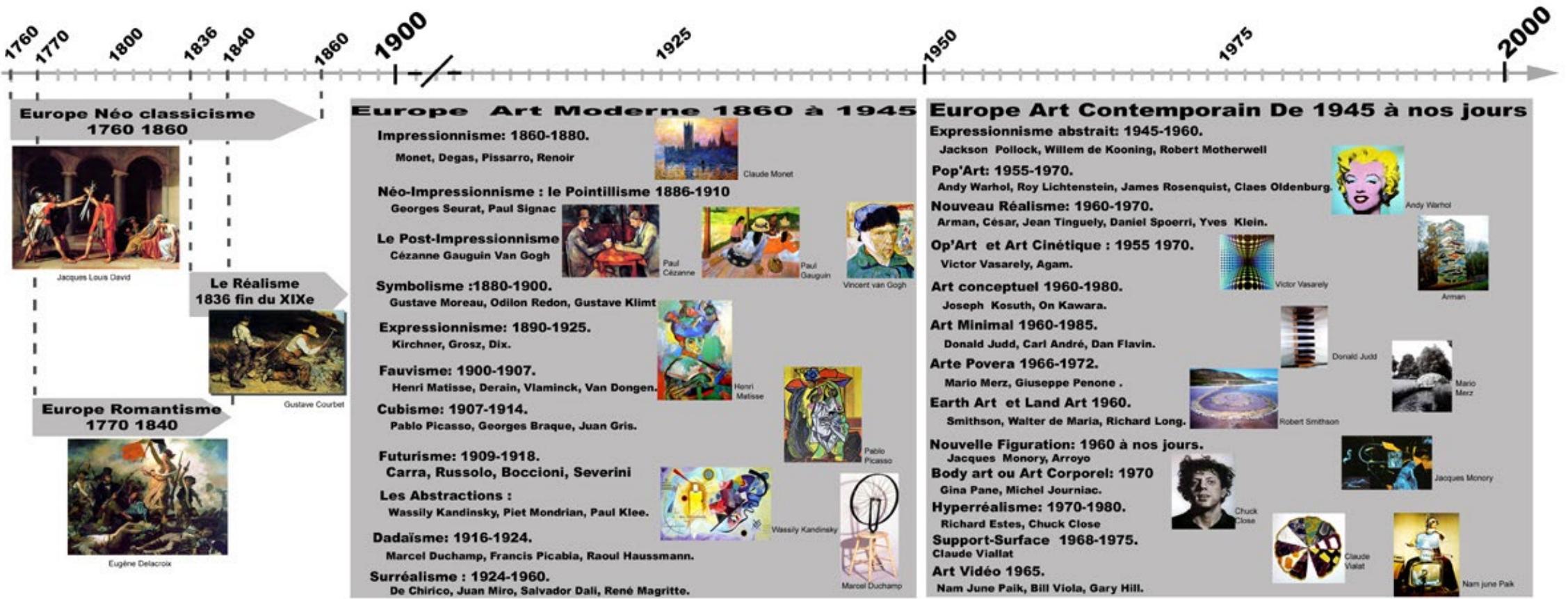


L'ANTIQUITÉ  
Le Moyen Âge  
La Renaissance  
La Révolution  
Les Temps Modernes  
Art Déco  
20<sup>e</sup> siècle...

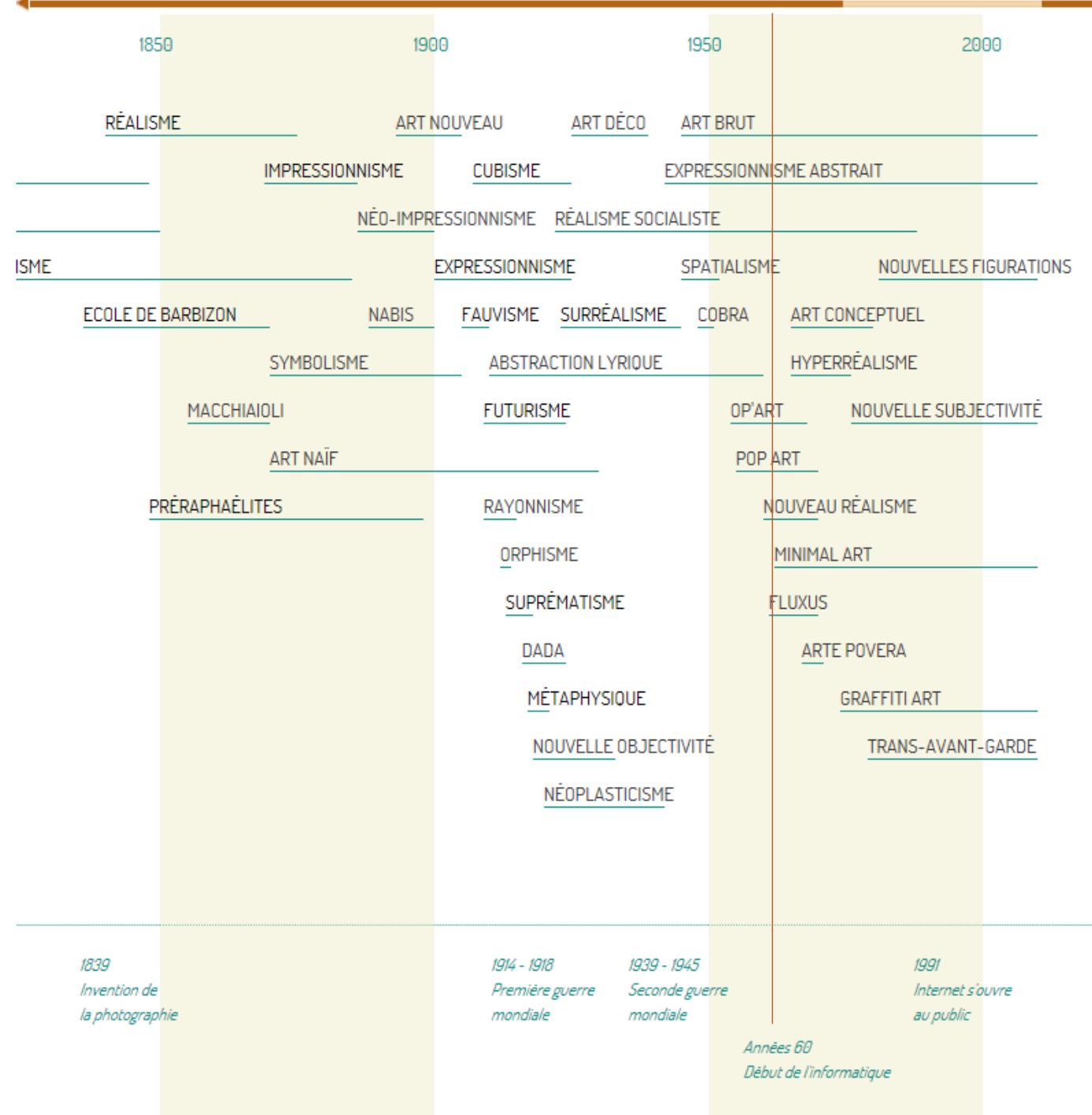
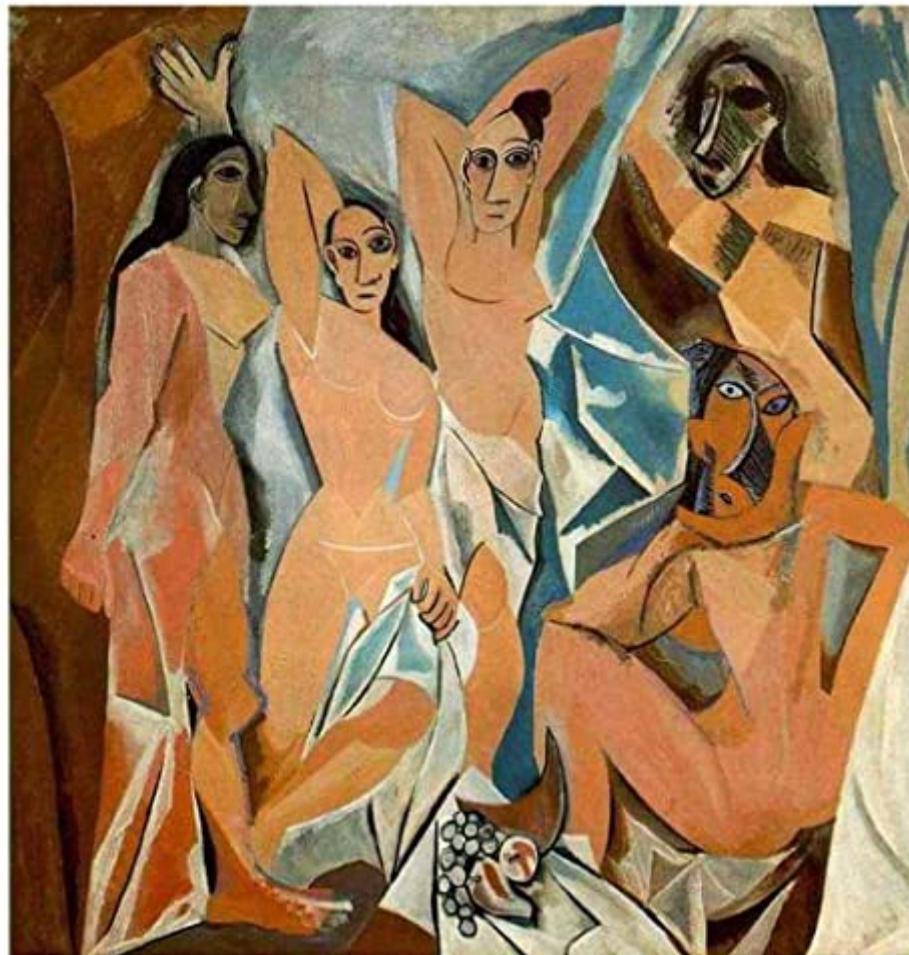
Le graphisme connaît ensuite une lente évolution au rythme des évolutions techniques et culturelles.







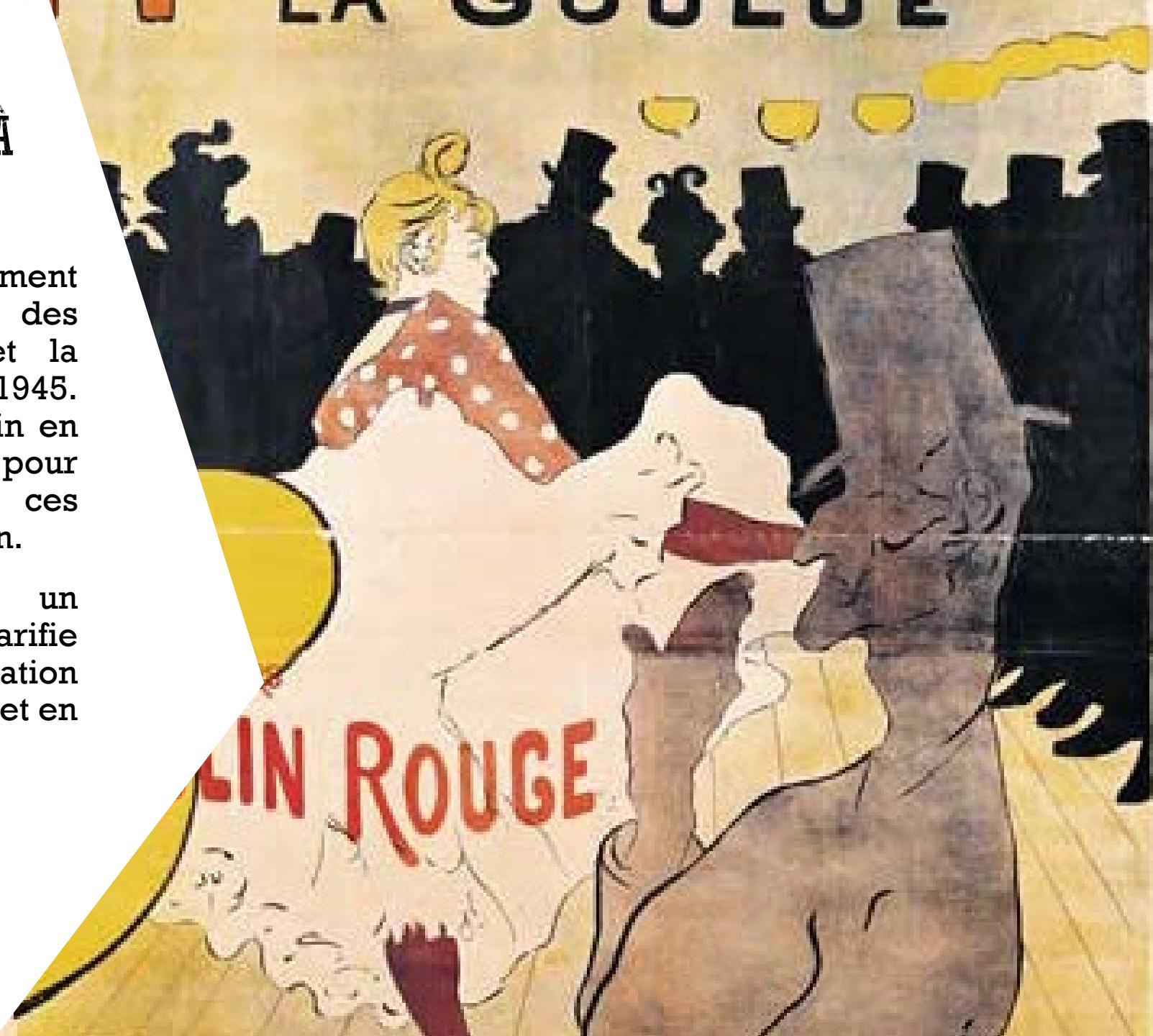
# Détail de la chronologie des mouvements contemporains



## LE GRAPHISME CONTEMPORAIN : À PARTIR DU XX<sup>ÈME</sup> SIÈCLE

Avec l'industrialisation et l'avènement de la société de consommation, des nouveaux médias émergent et la publicité débarque à partir de 1945. Le graphisme prend alors le train en marche et se professionnalise pour valoriser et exploiter ces nouveaux outils de communication.

Le graphiste devient alors un professionnel, il formalise et clarifie un message de communication politique ou publicitaire puis le met en page graphiquement.



## LE GRAPHISME CONTEMPORAIN : À PARTIR DU XX<sup>ÈME</sup> SIÈCLE

De 1960 à 1970, des affichistes tels que Cassandre, Savignac, Villemot et Jacno, se rendent célèbres avec le développement de la publicité.

Le graphisme, le design, la vidéo et la bande dessinée, se popularisent et quelques graphistes sont reconnus en tant qu'artistes : Roman Cieslewicz ou Grapus pour l'affiche politique, Jean Widmer pour l'Identité visuelle.

Les termes « **graphisme** » et « **design graphique** » sont des inventions du XX<sup>ème</sup> siècle, le terme : « **graphicdesign** » est également de plus en plus répandu.

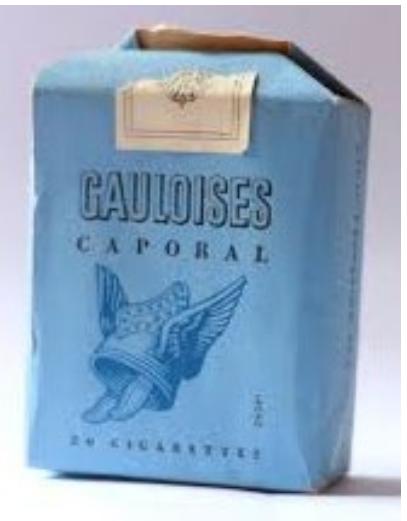




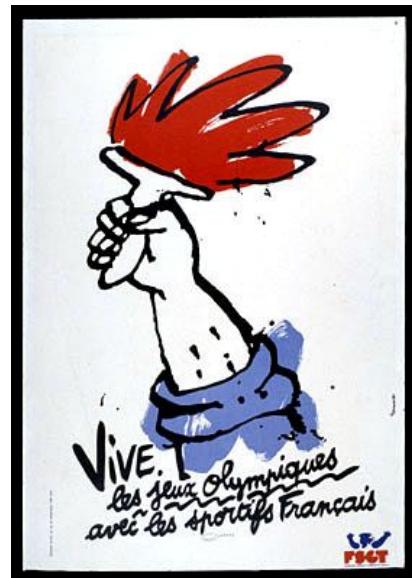
Savignac



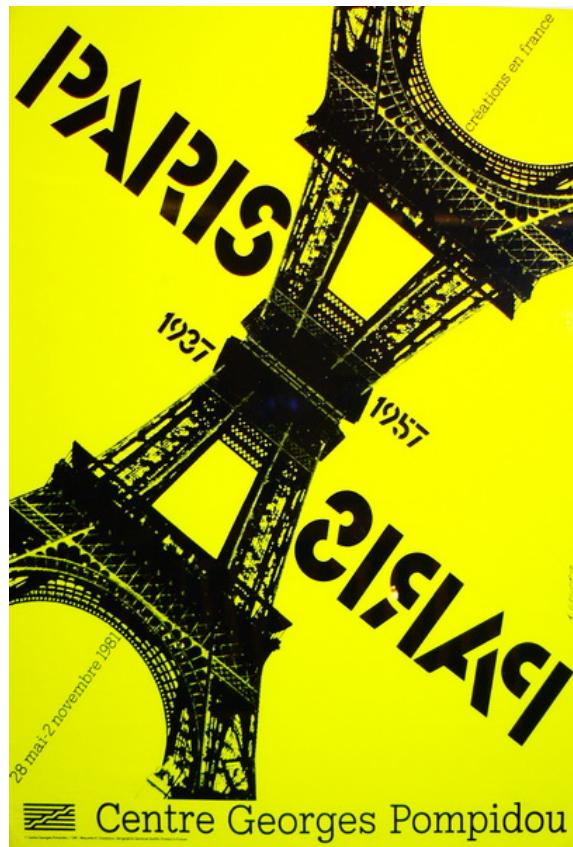
Villemot



Villemot



Grapus



Roman Cieslewicz



Jacno



Jean Widmer



1900



Pierre Bonnard : *France Champigne*, affiche 1891  
Henri de Toulouse-Lautrec : *Divan japonais*, affiche 1893

Eugène Grasset : caractère Grasset; couverture et lettrines du *Nouveau Larousse illustré* 1897

Alfons Mucha : *Documents décoratifs* 1902  
3 Alphabet des signaux de route, Association générale automobile 1902

4 Leonetto Cappiello : *Chocolat Klaus*, affiche 1903

Paul Iribe : *Le Témoin*, périodique illustré 1906-1912

*L'Assiette au beurre*, hebdomadaire satirique 1901-1914

Caractère Cochin, s'inspirant de lettrages du xvii<sup>e</sup> siècle, fonderie Peignot 1912

5 Couverture de la revue *Dada 3* 1918

AM Cassandre : *Au bûcheron*; Charles Loupot : *Voisin*, affiches commerciales dans l'esprit du Mouvement moderne 1923

Paul Colin : *Revue Nègre, Tabarin*, affiches pour des spectacles 1924

6 Le Sphinx : caractère édité par la fonderie Deberny et Peignot 1924

Jean Carlu : *Monsavon*, affiche et déclinaisons 1925

Charles Loupot : personnage-type des Galeries Barbès 1925

7 AM Cassandre : *L'intransigeant*, affiche 1925

1

2

3

4

5

6

7

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

101

102

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

148

149

150

151

152

153

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

207

208

209

210

211

212

213

214

215

216

217

218

219

220

221

222

223

224

225

226

227

228

229

230

231

232

233

234

235

236

237

238

239

240

241

242

243

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

255

256

257

258

259

260

261

262

263

264

265

266

267

268

269

270

271

272

273

274



# LE MÉTIER DE GRAPHISTE

Le graphiste doit maîtriser les logiciels professionnels comme Photoshop, Illustrator, InDesign,... Il doit savoir dessiner et manier de nombreux codes visuels, notamment le langage des couleurs, des formes et de la typographie ...). Il doit être curieux et avoir une ouverture d'esprit assez grande pour pouvoir s'adapter à toutes demandes.

La traduction des idées en image s'effectue au minimum en deux étapes distinctes.

- **L'analyse de la demande du client**
- **La traduction des idées en images et la mise au point d'un concept**

Une fois l'idée et les orientation définies, le graphiste l'exprime en image de manière esthétique pour traduire avec pertinence le message formulé par le client.

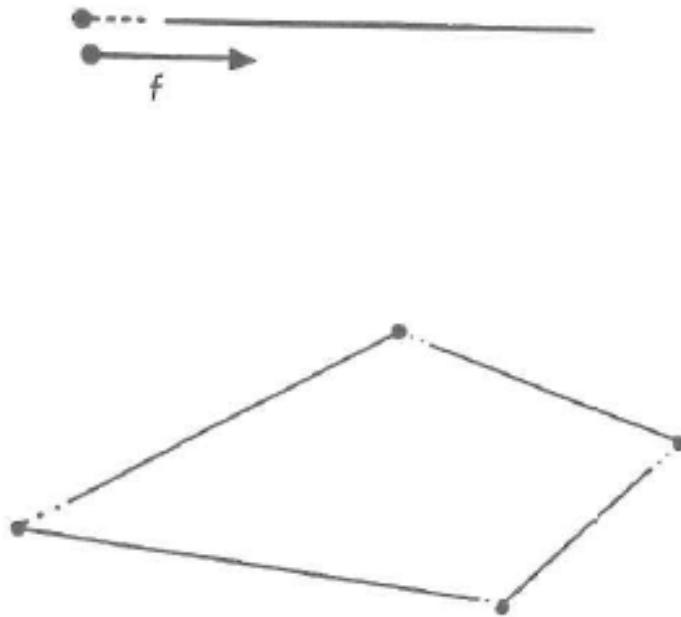
L'accent est mis sur l'élaboration du concept.





# L'EXPRESSIVITÉ DES FORMES

- 1- Les formes
- 2- La composition

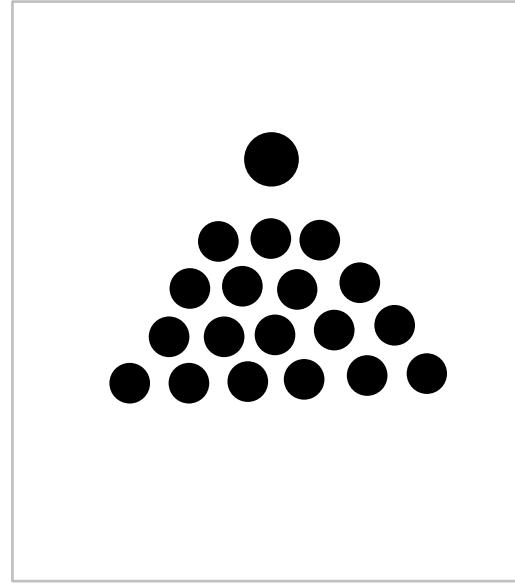
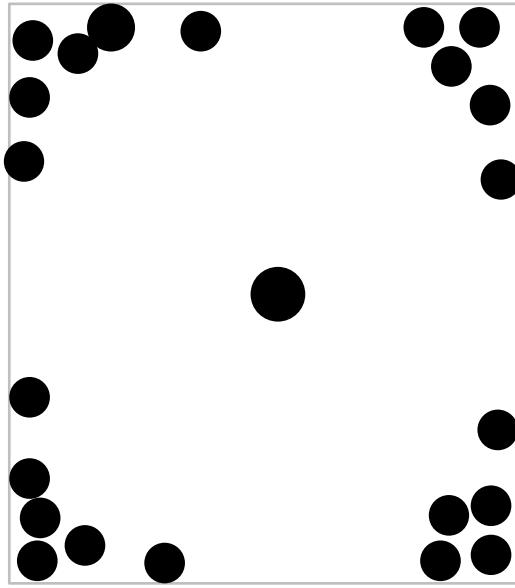
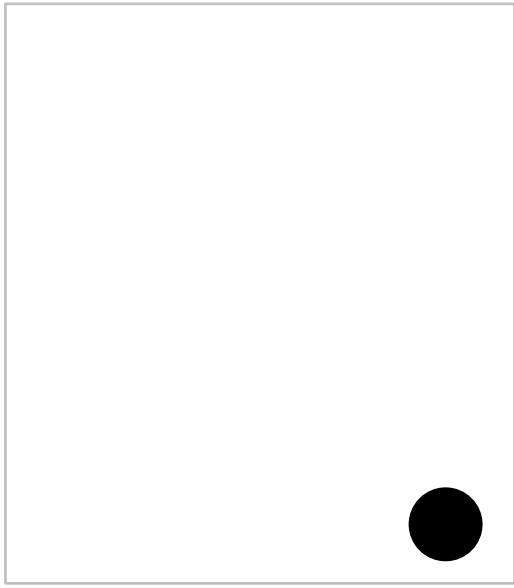
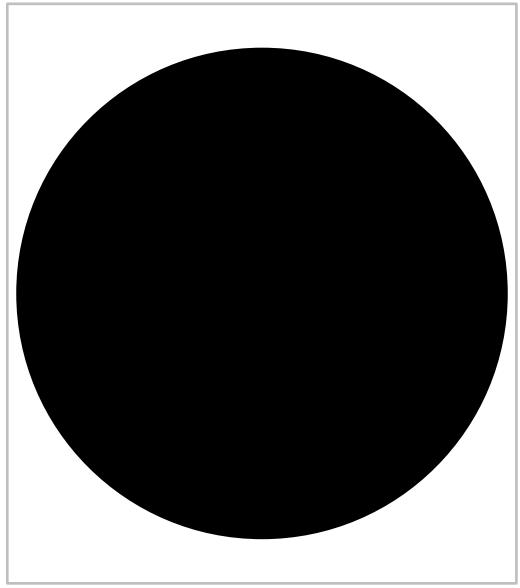
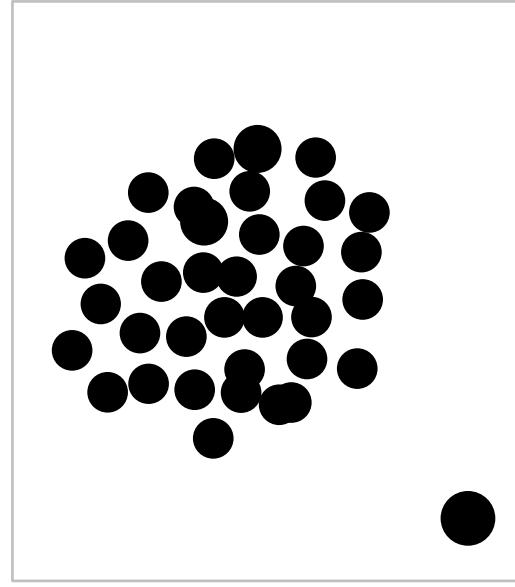
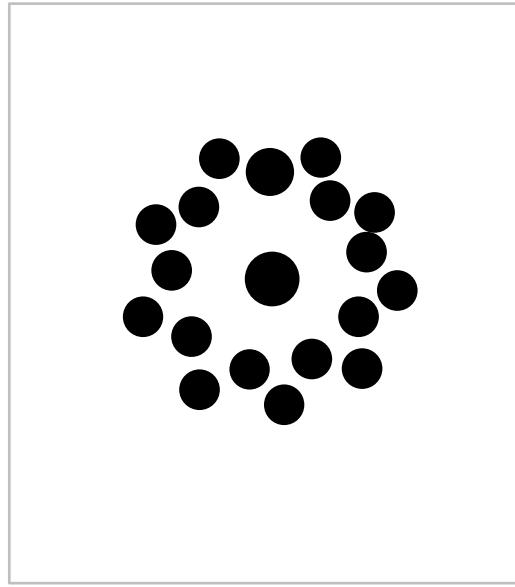
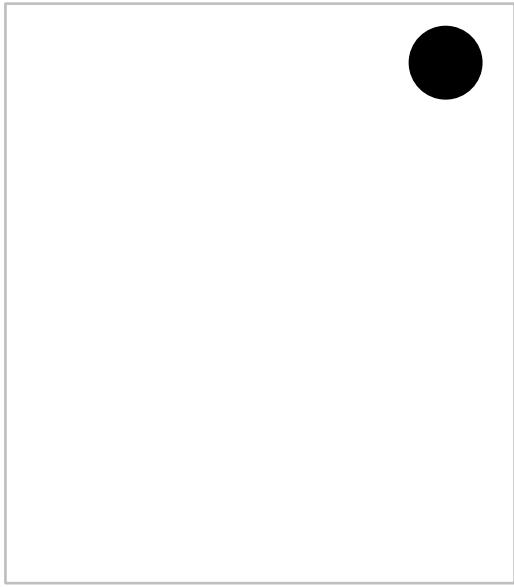
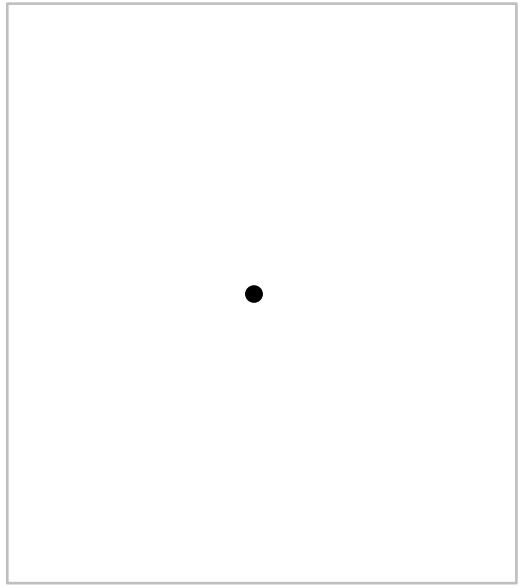


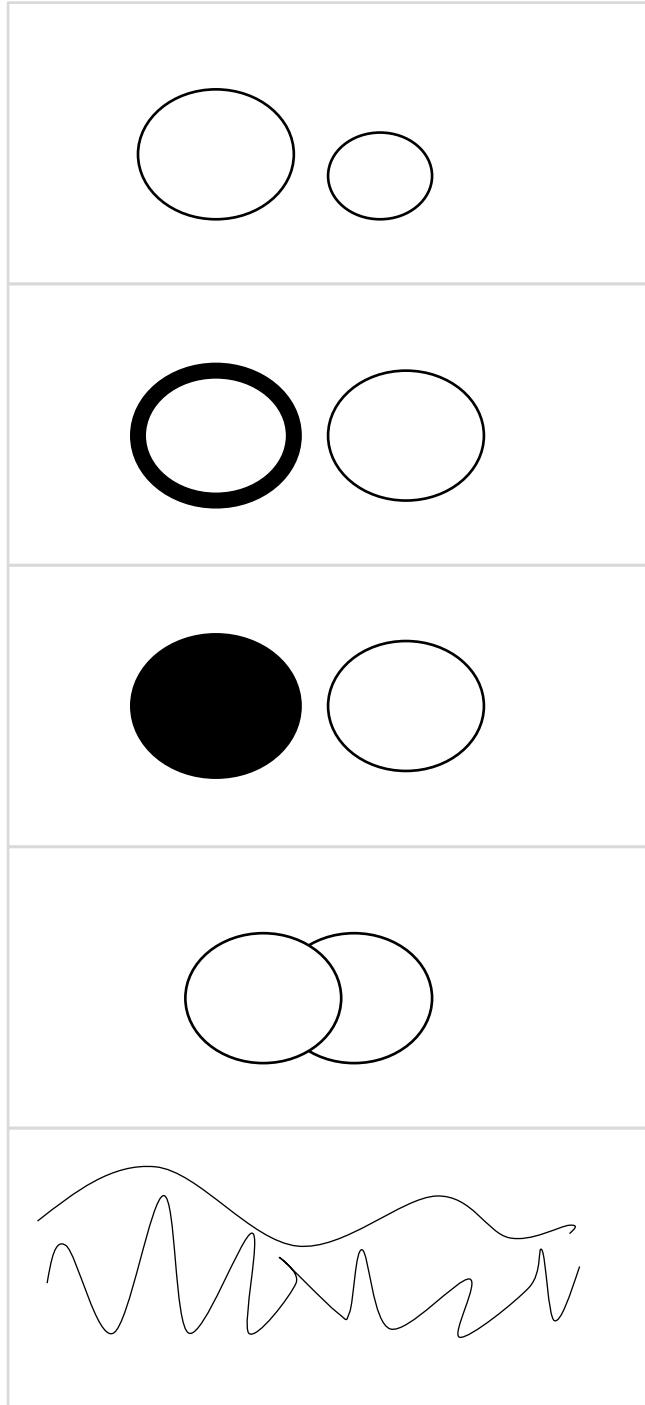
# POINT ET LIGNE : FORMES EXPRESSIVES DE BASE

**Le point** : il est l'élément de base des signes graphiques. Il a le pouvoir de focaliser notre regard. Il se détache du fond en créant un effet de profondeur dans la page. Il est à l'origine des autres formes. Son déplacement permet la naissance de la ligne.

*« Le point occupe solidement sa place et ne montre aucune tendance à se mouvoir dans une direction quelconque, horizontale ou verticale. » W Kandinsky*



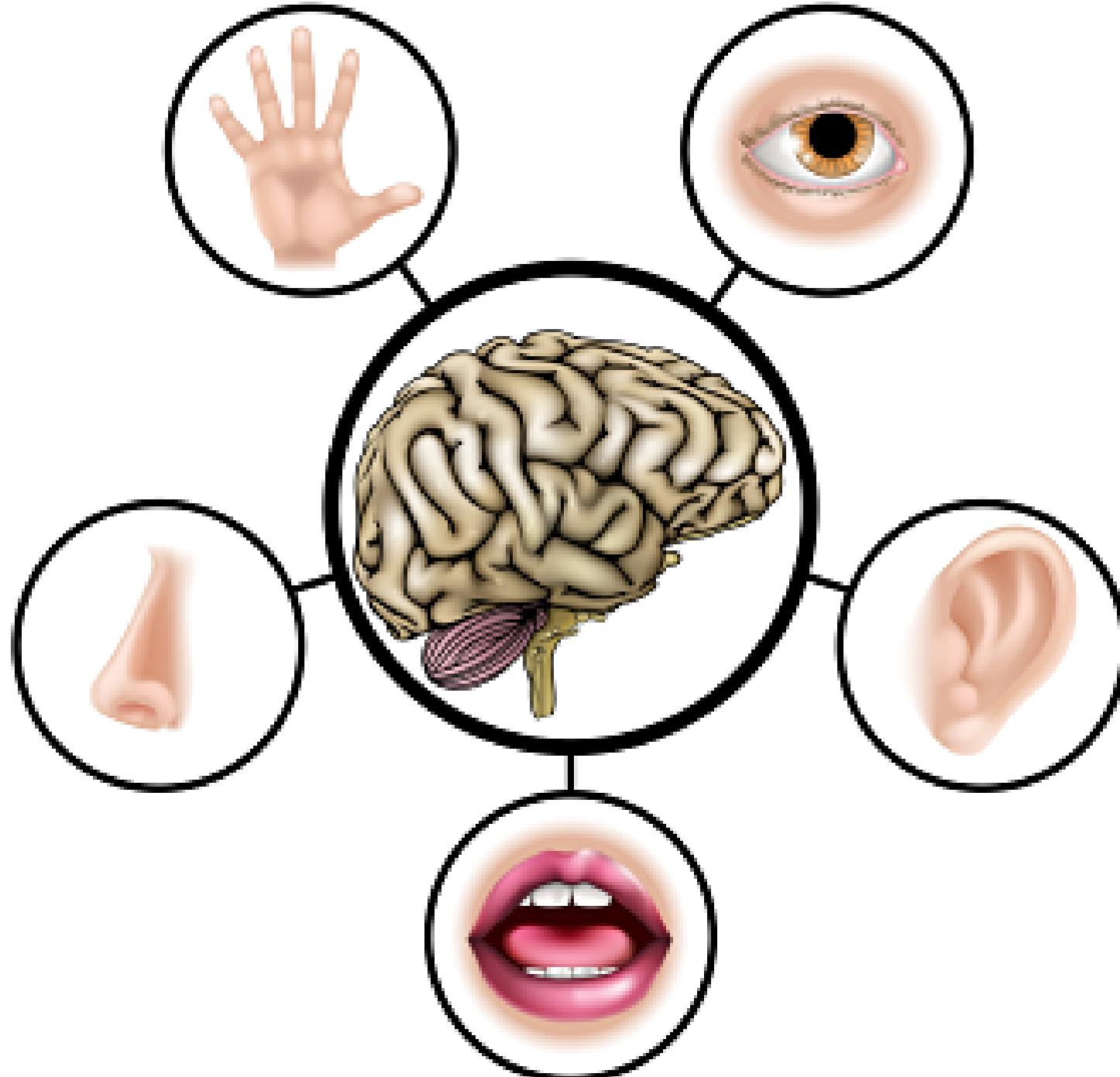




## LA PROFONDEUR

- Depuis la préhistoire, l'homme donne l'effet de profondeur grâce à :
  - la grosseur des formes
  - l'épaisseur des formes et des traits
  - l'intensité des valeurs
  - les superpositions
  - les détails



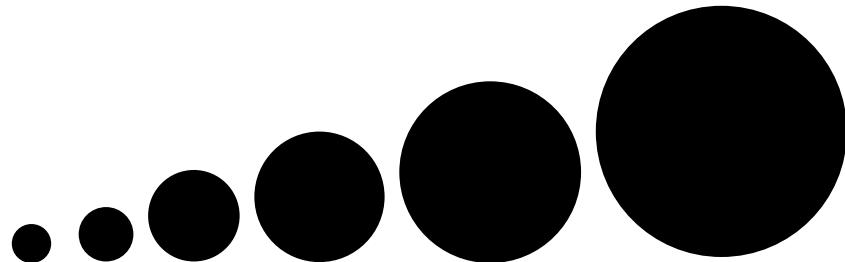


Selon la théorie d'Alexandre SCRABINE, il existe une correspondance entre les couleurs, les sons, les parfums, les saveurs et les matières...

Par association d'idée, les éléments perçus par notre 5 sens sont liés. La traduction sensorielle est lié à notre psychologie cognitive teintée de notre culture et notre vécu.

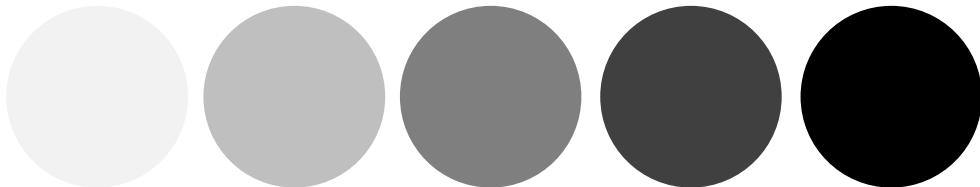
Donc l'association d'idée et les codes culturels apportent une mise en relation traduisible par un même groupe d'individu.

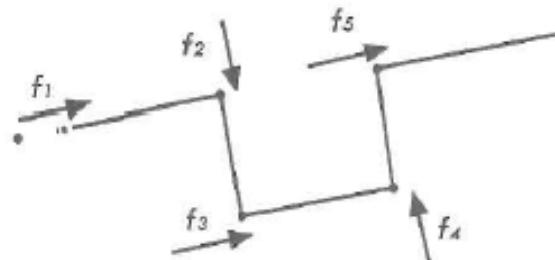
# EXEMPLE D'ASSOCIATION GRAPHIQUE ET SONORE



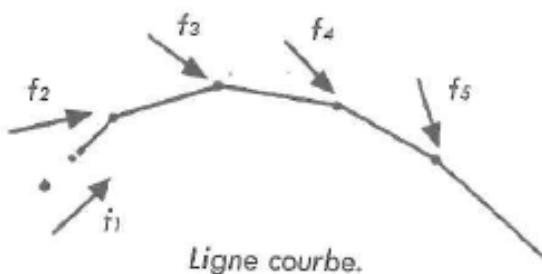
Le son représenté par un point est toujours plus court que celui représenté par une ligne.

On peut toutefois considérer que **plus le son est fort plus le point sera gros et que plus le son est grave plus le point sera foncé**.





Ligne brisée.



Ligne courbe.

# LA LIGNE

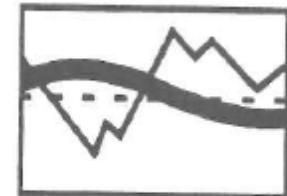
**La ligne** : elle matérialise le déplacement d'un point vers l'autre. Elle résulte d'une accumulation de points juxtaposés.

Selon la trajectoire de ce point lors de son déplacement, on obtient différents tracés.

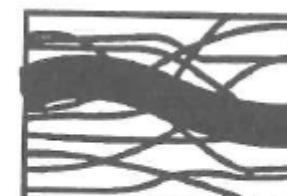
Selon sa forme, sa direction, son orientation, son traitement graphique, la ligne peut-être **chargée de sens et de valeur**.



Caractère de la ligne :  
courbe et fluide.



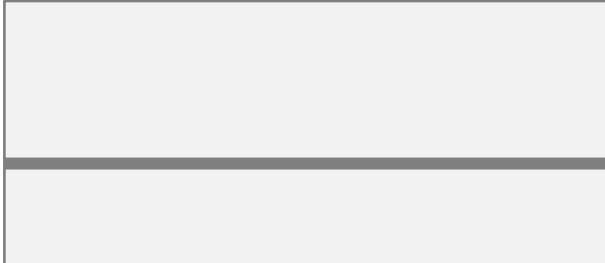
Opposition de lignes  
courbes/droites.



Confrontation,  
mélange, réseau.



# LA LIGNE - DÉFINITIONS



**Direction** : elle détermine l'aspect stable et statique (de l'horizontale ou de la verticale) ou dynamise au contraire la ligne (l'oblique par exemple), en la déstabilisant dans l'espace.

**Densité** : la traitement graphique permet de donner à la ligne un effet de force ou de fragilité en fonction de l'épaisseur du trait. Ces effets sont alors amplifiés par la relation de voisinage.

**Rythme** : il est le résultat de la segmentation, de la confrontation, et/ou de la dispersion des divers éléments graphiques. Il apporte un effet dynamique, qui vient animer une stabilité et une inertie ambiante.



# EXPRESSIVITÉ DES LIGNES



**L'horizontale** : elle est stable et calme

Séparant le ciel et la terre, la ligne d'horizon est le synonyme d'infini.

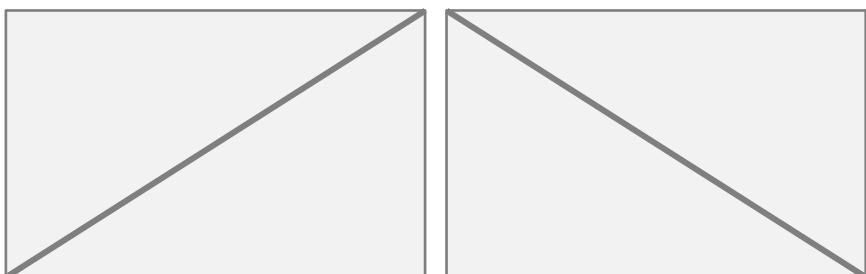
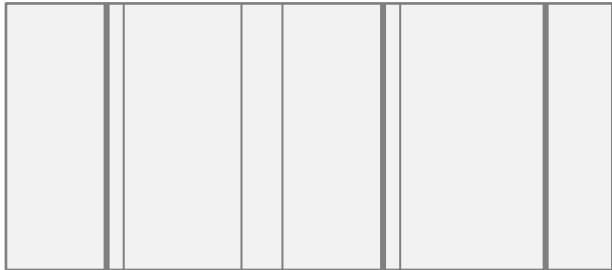
Ligne d'horizon en haut : on favorise le premier plan et on obtient une impression de pesanteur, d'assise et de stabilité.

Ligne d'horizon en bas : on obtient une impression d'ampleur, d'étendue et le sujet devient grandiose.

**NB : On évitera de placer cette ligne au centre, afin d'éviter l'effet de symétrie et de statisme.**



# EXPRESSIVITÉ DES LIGNES



**La verticale** : elle est dynamique. Elle fend l'espace en le rythmant ou en le réduisant. Elle peut saccader un espace.

Le format vertical : donne une impression d'élévation. Il est dynamique et aérien.

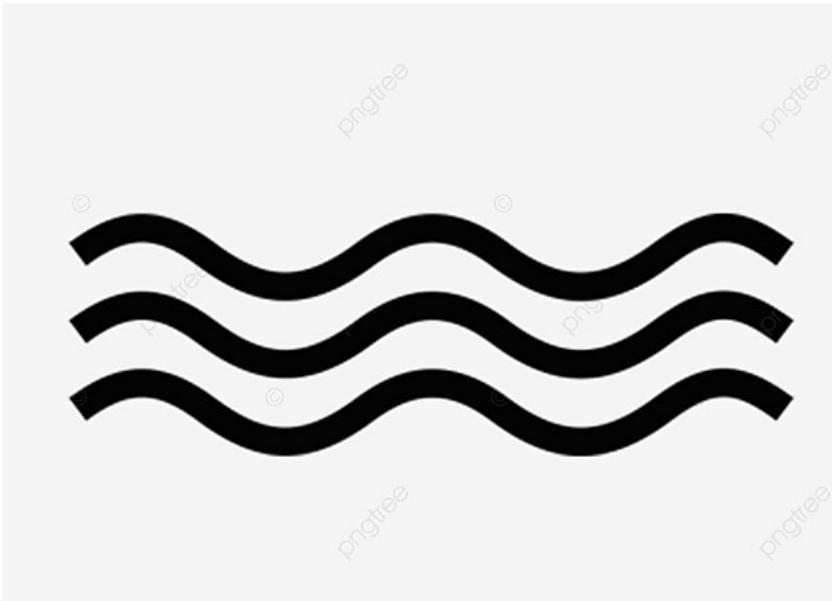
**La diagonal et l'oblique** : elles sont synonymes de mouvement. Elles sont marquées par une orientation ou direction.

Diagonale ascendante: chargée d'énergie et d'optimisme

Diagonale descendante: Connotation plus négative et pessimiste



# EXPRESSIVITÉ DES LIGNES



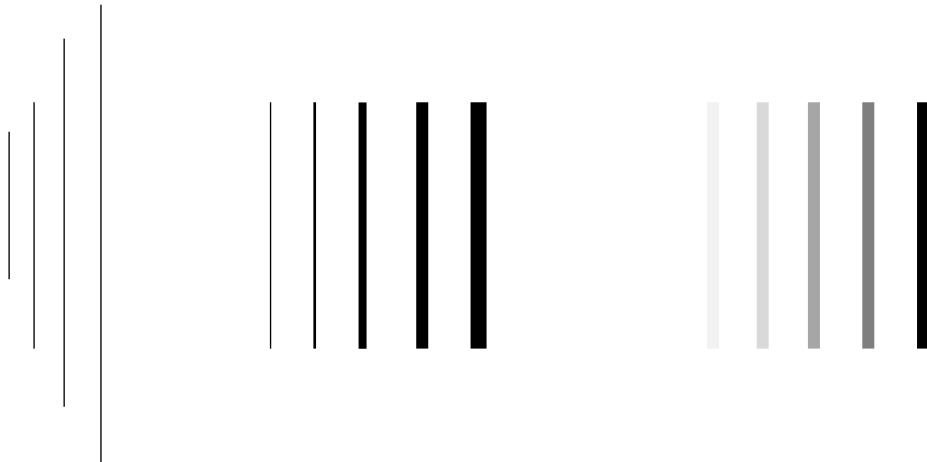
**La courbe** : elle est douce, harmonieuse, voluptueuse

Elles sont marquées par une orientation ou direction.

Diagonale ascendante: chargée d'énergie et d'optimisme

Diagonale descendante: Connotation plus négative et pessimiste

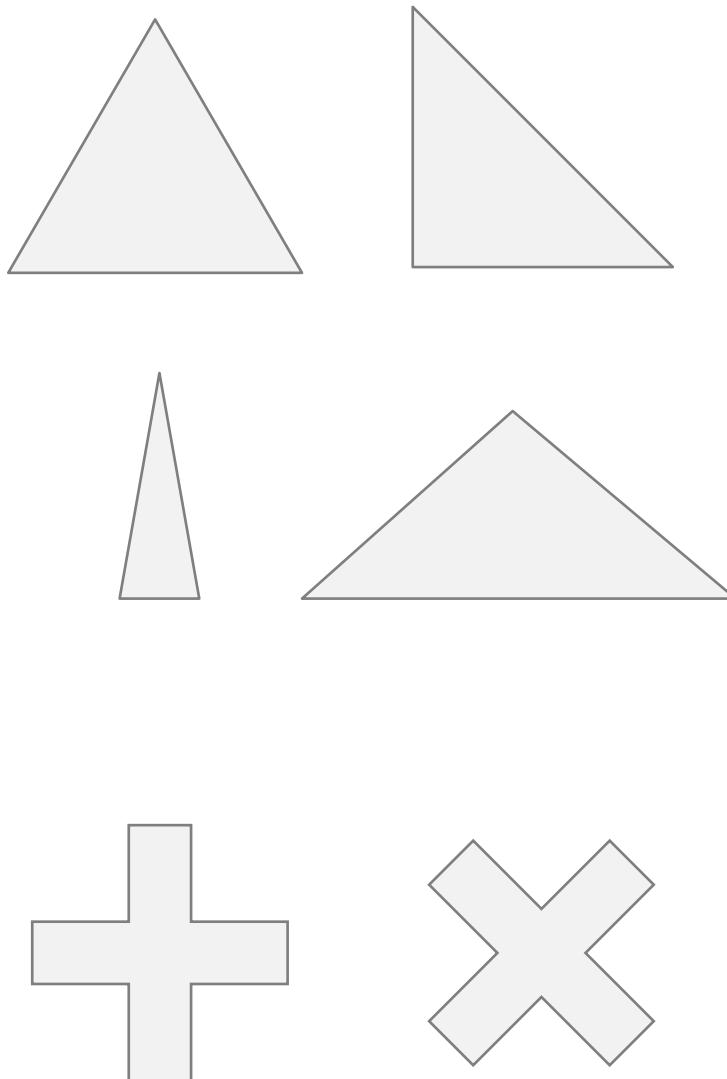
# EXEMPLE D'ASSOCIATION GRAPHIQUE ET SONORE



Le son représenté par une ligne est considéré :

- **de plus en plus fort quand la ligne est de plus en plus épaisse**
- **de plus en plus long quand la ligne est de plus en plus grande**
- **de plus en plus grave quand la ligne est de plus en plus foncée**





# EXPRESSIVITÉ DES FORMES

**Le triangle** : est une figure très dynamique et rapide. Son expressivité est soumise aux différents types d'angles qui le constituent, à la longueur des segments qu'ils dessinent et à son axialisation qui sera assumée par l'angle ayant la plus grande tension de pointe.

Les angles Angle droit : Référence qui fonde notre repère cartésien, c'est l'angle le plus neutre et le plus abstrait. L'angle droit renvoie à l'architecture.

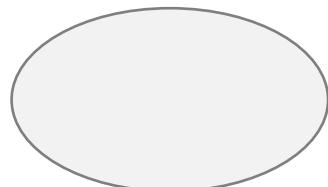
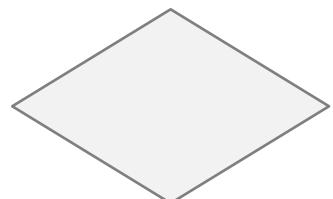
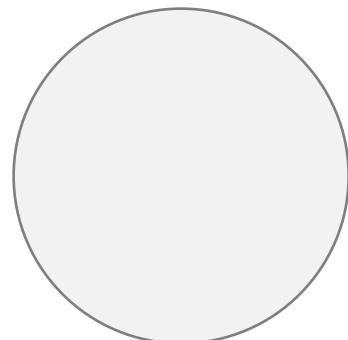
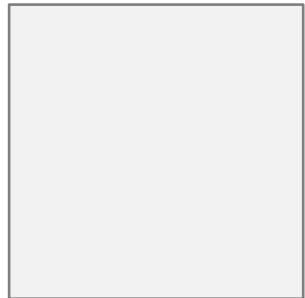
L'angle aigu : Il a une grande valeur de direction dynamique, une grande rapidité (flèche).

L'angle obtus : Il perd la force agressive et perçante de l'angle aigu pour gagner une sorte de puissance sourde et lente qui le rapproche de l'arc de cercle.

**La croix** : figure centrée composée de l'intersection. La croix renvoie d'abord à l'idée d'équilibre, de complétude (d'union des valeurs complémentaires et opposables de l'horizontale et de la verticale).



# EXPRESSIVITÉ DES FORMES



**Le carré** : renvoie à l'idée d'équilibre, de stabilité, de neutralité, de concision et d'abstraction. Le carré est une figure anti-dynamique, ancrée sur quatre côtés. Il symbolise l'arrêt ou l'instant prélevé. C'est une figure presque centrée qui véhicule des idées de solidité, de construction rassurante et protectrice. Mais, le carré induit aussi d'enfermement.

**Le cercle** : sa perception se fonde bien sûr sur celle de la courbe, mais une courbe particulière qui n'aurait ni commencement ni fin, ni direction ni orientation. Le symbole du ciel, du temps et de l'éternité. Le cercle renvoie à la roue, aux planètes (soleil, lune, terre) et aux mouvements de rotation lents et inexorables qui leur sont associés. Le cercle évoque, en même temps que les valeurs de centralité du point, la courbe féminine et plus précisément le ventre de la femme enceinte : l'œuf. Le cercle connote les notions d'origine, de douceur, de protection mature et puissante.

**Le rectangle** est une sorte de carré ayant subi un étirement ou une compression dans l'une de ses dimensions. Il est plus dynamique que le carré.

**L'ellipse** pourrait être traitée de façon analogue à celle du rectangle, mais en la comparant cette fois au cercle

**Le losange** est plus agressif que le carré tout en conservant une part de sa concision et de sa neutralité. Il paraît plus dangereux et se rapproche donc du triangle.



# KANDINSKY

Kandinsky a tenté de faire une représentation graphique d'un concert musical : des lignes, courbes ou droites, dotées de valeurs directionnelles opposées, des arcs brisés, fragmentés, illustrant les bifurcations et les rebondissements, des aplats colorés se désagrégant ici ou là, pour faire percevoir les abandons et les concessions, ou encore un encadrement de la figure centrale..



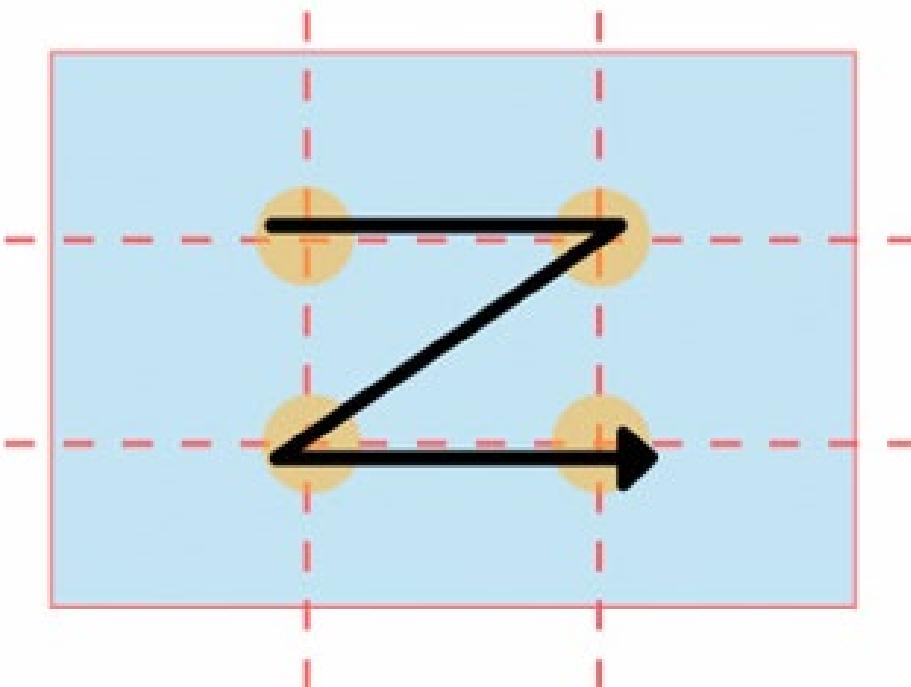




# L'EXPRESSIVITÉ DES FORMES

- 1- Les formes
- 2- La composition

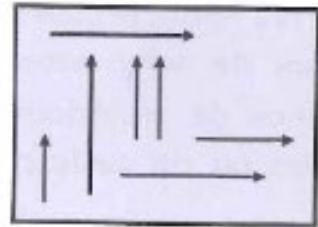
# LA COMPOSITION



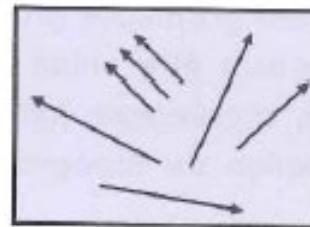
## Lecture d'une image

En occident, le cheminement de l'œil se fait généralement de gauche à droite et de haut en bas

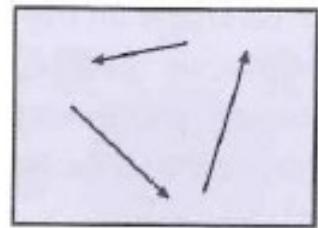
Ensuite, l'œil va être attiré **vers plusieurs éléments et points forts** de l'image



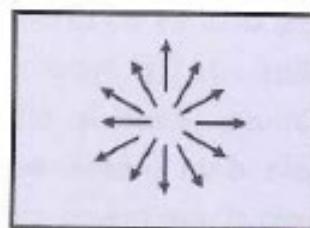
Statique



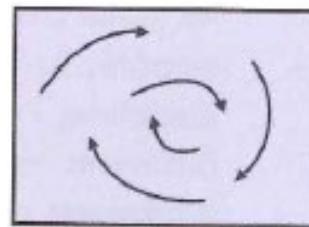
Dynamique



Triangulaire



Centrifuge



Centripète

# LA COMPOSITION

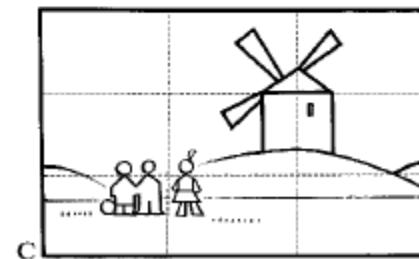
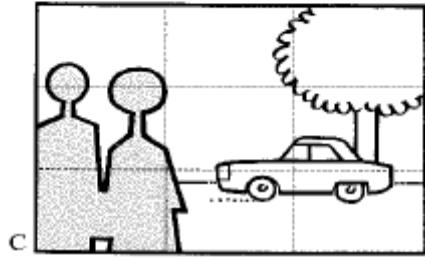
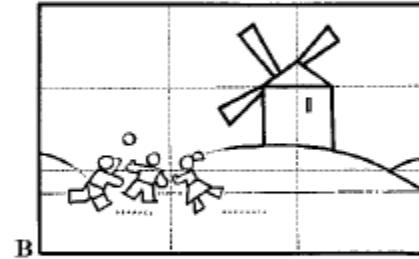
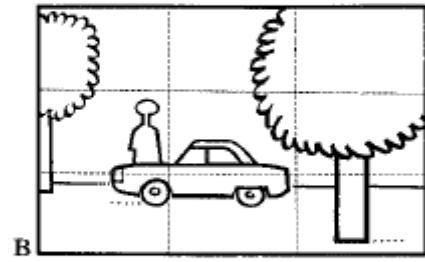
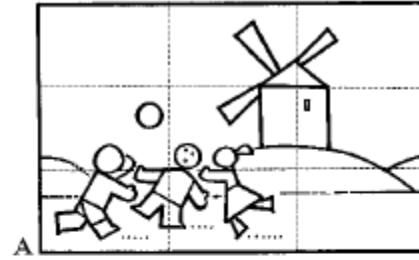
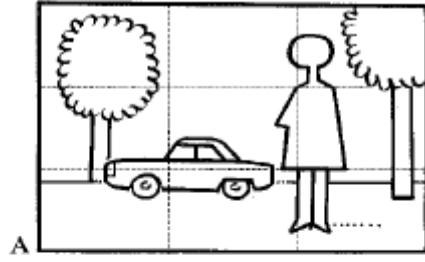
**Les lignes de forces** : permettent de conduire l'œil dans l'image et d'attirer l'œil où nous le souhaitons. Elles donnent le rythme et le caractère de l'image.

'Composer' une image consiste à ordonner plusieurs éléments et à les hiérarchiser, dans le but de guider la découverte de l'utilisateur.

C'est aussi donner un sens à sa composition, en définissant quels sont les éléments importants, et quels liens ils entretiennent avec les autres.

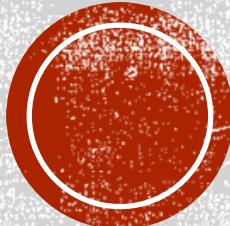
En général, on évite de guider l'œil vers des zones sans sujet, ou vers l'extérieur de la composition.



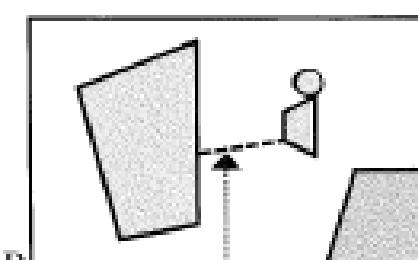
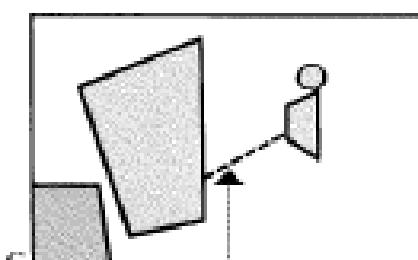
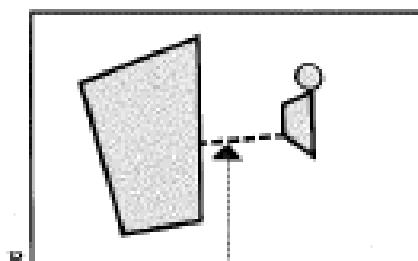
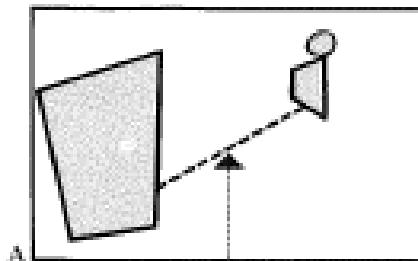


# HIÉRARCHISATION DES SUJETS

Ordre commun : Humain, Animal, Végétal, Minéral



# LA COMPOSITION



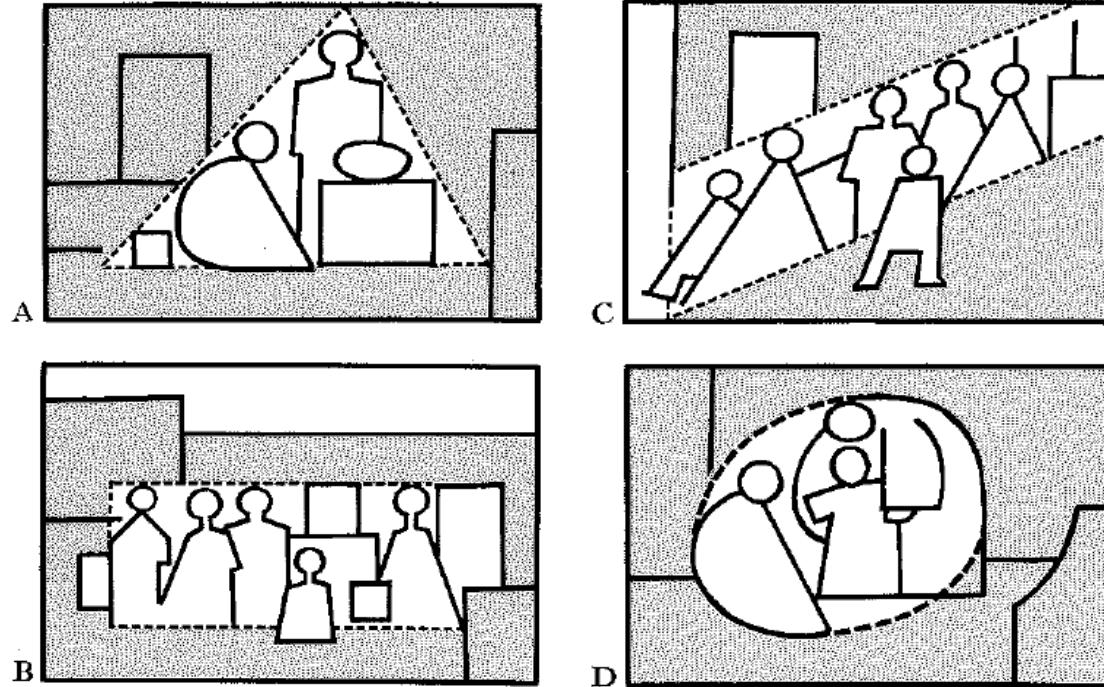
## L'équilibre des masses

En général, une composition pour être équilibrée demande une masse dominante, une masse médiane occupant la plus grande partie de ce qui reste, et une tonique posée en petites touches; en supposant que ces 3 masses soient réparties sur l'ensemble de la surface.

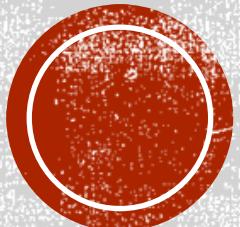
Il faut apporter un soin particulier, dans toute composition, à la répartition des masses, au choix des valeurs et des couleurs et à leur disposition.

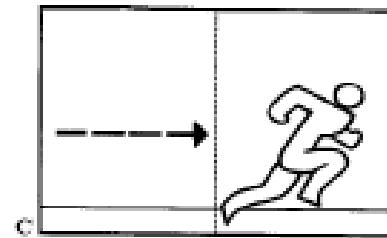
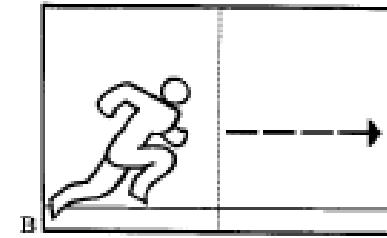
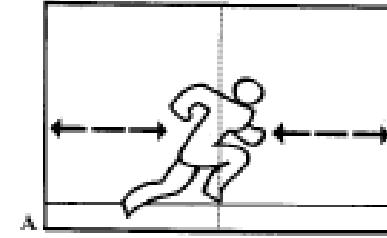
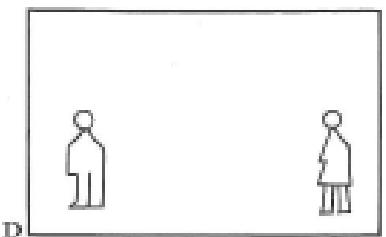
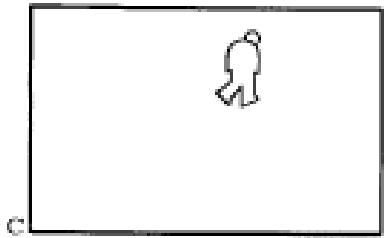
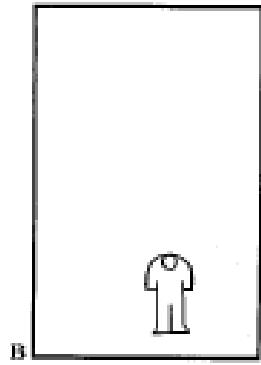
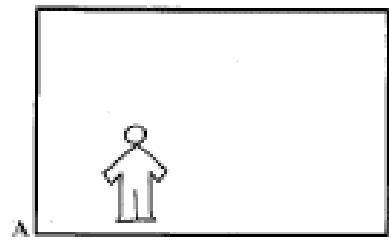
On détermine toujours une masse par rapport à une autre. Une masse est une quantité.



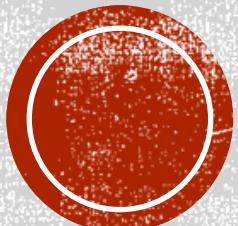


# LE LANGAGE DES COMPOSITIONS

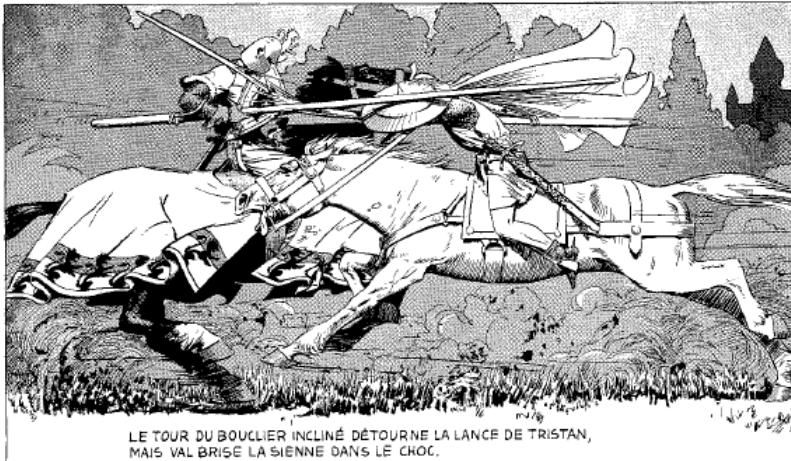




# LES VIDÉS EXPRESSIFS



# LA COMPOSITION



LE TOUR DU BOUILLIER INCLINÉ DÉTOURNE LA LANCE DE TRISTAN,  
MAIS VAL BRISE LA SIENNE DANS LE CHOC.

## L'angle de vue

Cadrer expressivement le sujet, c'est également choisir l'angle de vue.

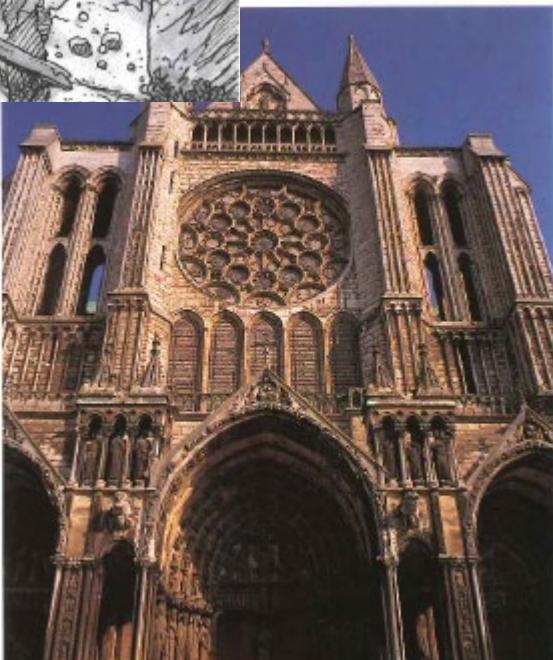
Il permet de suggérer ou de susciter certains sentiments ou émotions.

Tout angle de vue possède une signification et sa propre valeur psychologique.

## L'angle de vue 'normal'

Est celui où l'artiste se place simplement au niveau du sujet pour l'observer et le présenter. C'est l'angle de vue qui donne une vue objective de la scène, sans déformation sensible.





# LA COMPOSITION

## L'angle de vue plongeant

Le sujet est vu du dessus, à partir d'un point plus ou moins élevé.

Compte tenu des déformations de perspective, le sujet paraît comme écrasé. Cela suggère l'idée d'infériorité, de défaite, d'abattement physique ou moral du sujet.

Ou bien d'une menace 'pesante' sur les personnages.

## L'angle de vue en contre-plongée

Inverse de la précédente, le sujet est vu du dessous.

Compte tenu des déformations de perspective, le sujet paraît comme grandi. Cela suggère la supériorité physique et morale du sujet, ou la domination, l'orgueil, le mépris...



# BIBLIOGRAPHIE ET LIENS

- <https://www.fichier-pdf.fr/2012/06/02/l-art-de-la-composition-et-du-cadrage-2/>
- <https://docplayer.fr/61404452-L-art-de-la-composition-et-du-cadrage.html>
- <http://montaiguvendee.fr/cms/uploads/pdf/Club%20Photo/Art%20de%20composer%20ses%20photos.pdf>



# **L'HABILLAGE GRAPHIQUE**

- 1- La couleur**
- 2- La typographie**
- 3- Logo et charte graphique**



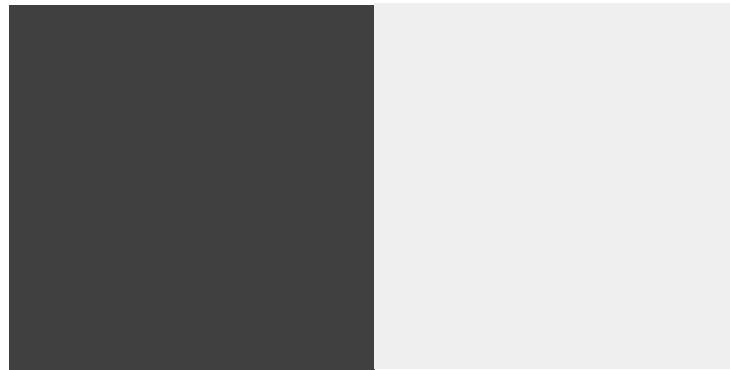
# LE CONTRASTE DES COMPLÉMENTAIRES

Dans le cercle chromatique, chaque couleur est située à l'opposé de sa complémentaire.

Dans une image, le fait de juxtaposer deux surfaces de couleurs complémentaires produit le phénomène de la saturation. Ainsi, une surface rouge posée au milieu d'une surface verte nous semblera encore plus rouge.



# LE CONTRASTE CLAIR-FONCÉ



Ce contraste est très efficace pour traiter la lumière et l'ombre et pour mettre en évidence les parties importantes d'une composition.

Pour désigner un tel procédé, on parlera alors de clair-obscur.

Pour désigner les différentes nuances plus ou moins claires ou foncées d'une couleur, on parle de valeurs.



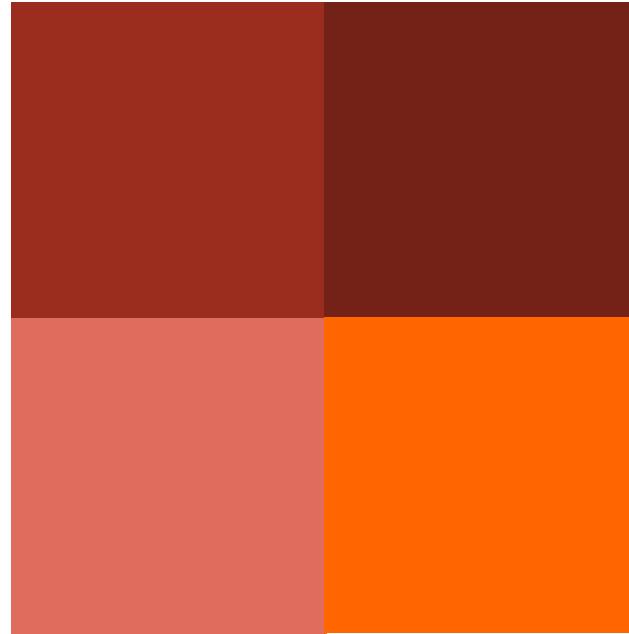


## LE CONTRASTE CHAUD-FROID

On associe la notion de chaud au feu et la notion de froid à l'eau, la glace, la neige.

Les couleurs chaudes seront donc les jaunes, les rouges, les orangés, mais aussi les bruns, les beiges, les verts jaunâtres et les violets rougeâtres. Les couleurs froides tourneront autour du bleu, depuis le vert émeraude jusqu'au lilas, en passant par le turquoise, l'indigo, les gris bleus...





## LE CONTRASTE DE QUALITÉ

Par ce terme, Itten désigne le degré de pureté de la couleur. Une couleur peut être pure ou rabattue par mélange avec du blanc, du noir, du gris ou par addition d'une petite quantité de sa complémentaire. Le contraste de qualité est donc l'opposition entre couleurs vives et couleurs ternes.



# LA SYMBOLIQUE DES COULEURS

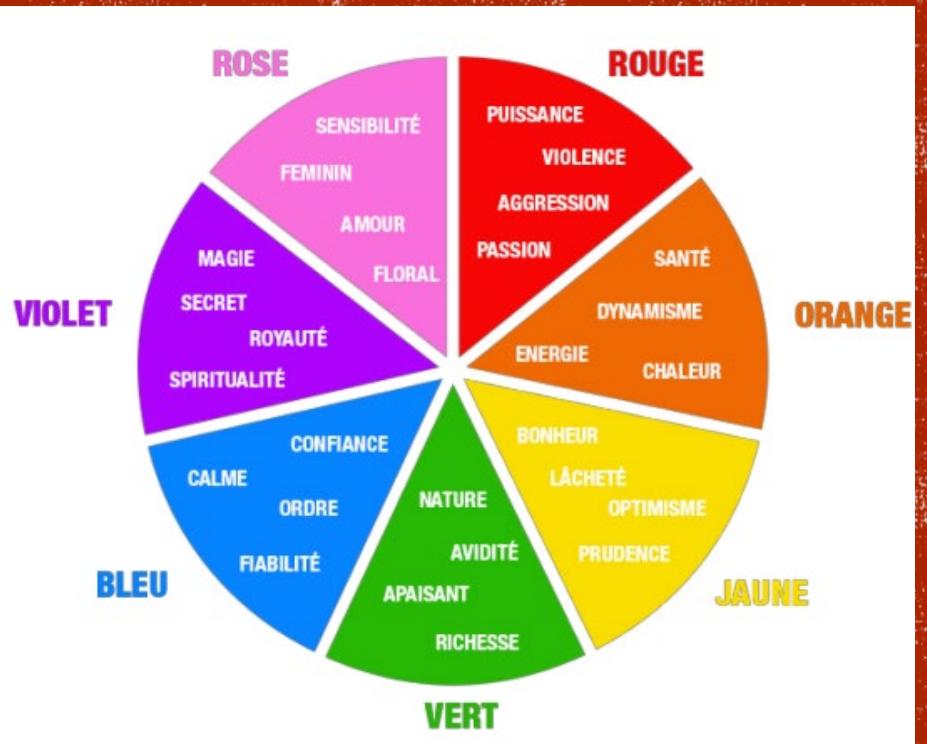
Les couleurs sont omniprésentes autour de nous, elles nous insufflent des états d'esprit, des sentiments, elles nous donnent la force d'avancer ou nous enfoncent dans un mutisme profond.

De plus, selon les pays, les cultures et les époques, les couleurs revêtent des significations différentes parfois aux antipodes de celles des cultures voisines ; **comme le blanc associé en Occident à la pureté, alors qu'il est lié au deuil dans la plupart des pays asiatiques.**

Porteuse d'un sens et d'une symbolique, la couleur ne peut donc être choisie à la légère, d'autant plus sur une page web qui va être vu par des milliers de personnes venues de tous horizons. Vous devrez tenir compte de l'ambiance que vous désirez créer, de l'information qui accompagne la couleur, du profil des visiteurs, etc.



# LA SYMBOLIQUE DES COULEURS

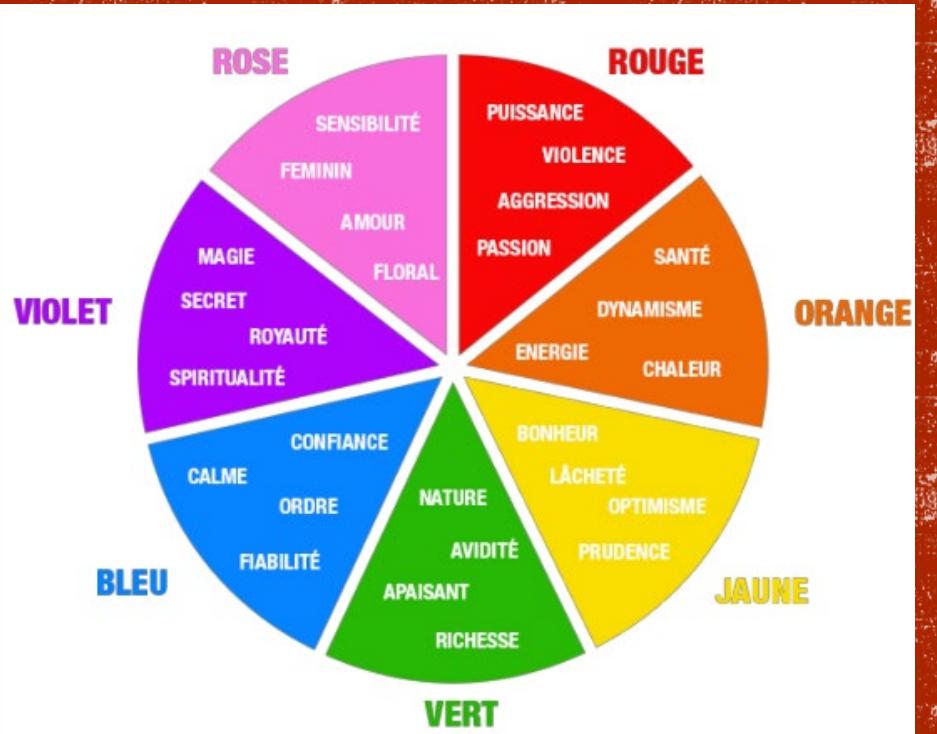


**Rouge :** Teinte regroupant les dénominations de brun, pourpre, magenta, rouge-orangé... Ses signifiés ambivalents découlent de ses formes que sont le sang et le feu. Le rouge est un symbole fondamental du principe de vie soit il encourage, dynamise, incite à l'action : soit il inquiète, alerte, provoque. Couleur ludique associée au monde de l'enfance. Couleur du luxe et de la fête.

**Orange :** Teinte regroupant les dénominations de jaune-orangé, orange... L'orangé est une couleur à la fois puissante et dynamique : rayonnante et instable. Couleur du signal et du danger Couleur de l'immatériel, de l'esprit et du sacré Couleur de l'artificiel et du technologique Couleur de la libido.

**Jaune :** Teinte regroupant les dénominations de jaune orangé, jaune, ocre jaune... Le jaune est expansif, intense, violent, aigu, jusqu'à la stridence. C'est la plus ardente des couleurs. Ses signifiés découlent de ses formes que sont le soleil, le feu, l'or et la lumière, mais aussi le souffre, la bile et les feuilles jaunissant avant de mourir. Couleur de la lumière, du soleil, de l'énergie, couleur de l'éternité, du divin ou encore couleur acide.

# LA SYMBOLIQUE DES COULEURS

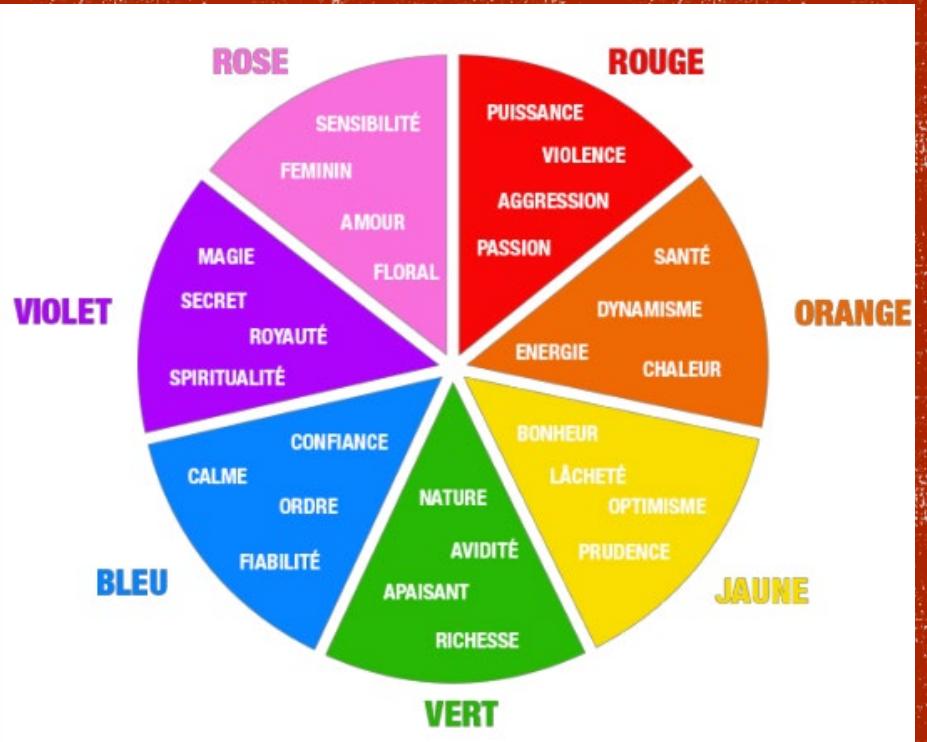


**Bleu** : Teinte regroupant les dénominations de bleu-vert, cyan, bleu, bleu outremer ... Le bleu est la plus profonde et la plus immatérielle des couleurs. Les signifiés du bleu : l'immatérialité, la profondeur, la froideur et la pureté. Couleur de l'espace, de l'infini, du lointain, du rêve, des éléments naturels puissants et incommensurables. Le bleu est aussi couleur du froid, du frais, de l'eau.

**Vert** : Teinte regroupant les dénominations de jaune-vert, vert, bleu-vert ... Le vert est une couleur où s'équilibrent la forte instabilité dynamique du jaune et la stabilité du bleu. Ses signifiés découlent de formes du milieu naturel : de l'eau et de la chlorophylle. Couleur de la nature, de l'écologie, de l'hygiène, de la santé, de la fraîcheur. Couleur de la jeunesse, de l'énergie vitalisante. Couleur de l'autorisation. Le vert est aussi la couleur complémentaire et opposée du rouge, couleur de l'interdit. Couleur de l'étrange et l'inquiétant.

**Violet** : Teinte regroupant les dénominations de lilas, violet, bleu violet, pourpre ... Le violet est une couleur puissante, profonde et immatérielle. Couleur chrétienne du sacrifice et de la pénitence. Couleur de l'étrange du deuil. Couleur des riches et des puissants.

# LA SYMBOLIQUE DES COULEURS



**Noir** : Cette teinte est caractérisée par son absence de longueur d'onde. Couleur de la mort, de la faute, du péché, de la malhonnêteté. Couleur de la tristesse, de la solitude, de la mélancolie. Couleur de l'austérité, du renoncement et de la religion. Couleur de l'élégance et de la modernité.

**Blanc** : Cette teinte est caractérisée par la somme newtonienne de toutes les longueurs d'onde. Le blanc incarne deux valeurs contradictoires : le blanc mat en tant que support, qu'absence de couleur (système soustractif) et le blanc brillant en tant que somme des lumières (système additif). Couleur initiatrice de l'immaculé, du candide. Couleur de l'hygiène. Couleur de l'absence. Couleur du froid qui aseptise et conserve. Couleur de la simplicité, de la discréction, de la paix. Couleur de la lumière.



# L'HABILLAGE GRAPHIQUE

- 1- La couleur
- 2- La typographie
- 3- Logo et charte graphique

# LA TYPOGRAPHIE

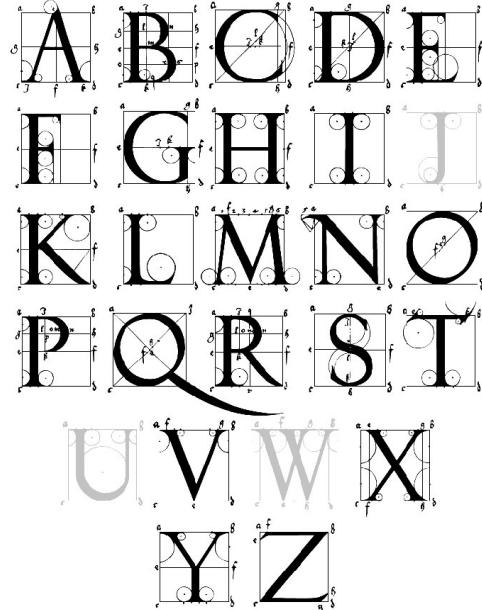
La **typographie** a un rôle essentiel dans la **lisibilité et l'efficacité** du message que vous souhaitez véhiculer. C'est le travail de l'écriture et des espaces.  
Le nom 'typographie' est utilisé à la fois pour **la composition et l'impression d'un texte.**

La **typographie** est un terme qui désigne aussi plusieurs procédés :

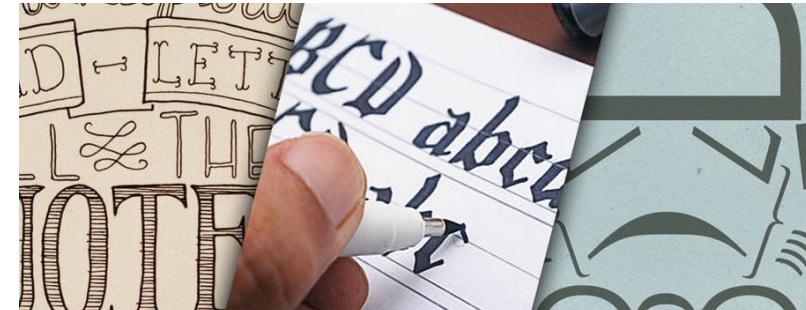
**L'impression typographique**  
technique d'impression qui utilise le principe du relief



**Le dessin de caractères**  
pour désigner la création des polices d'écriture

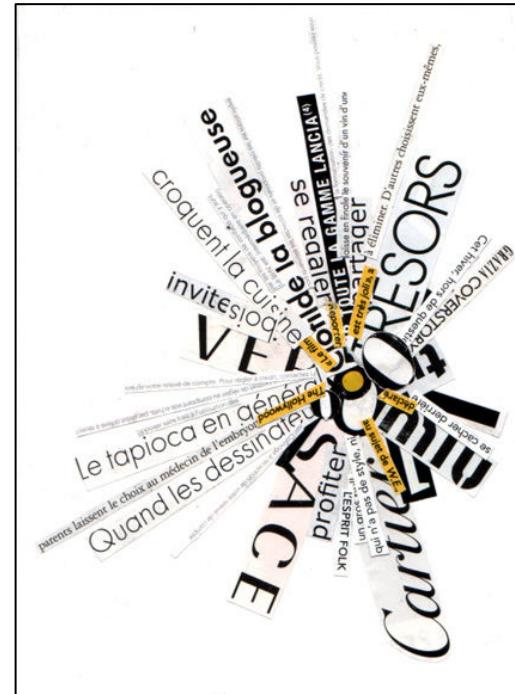
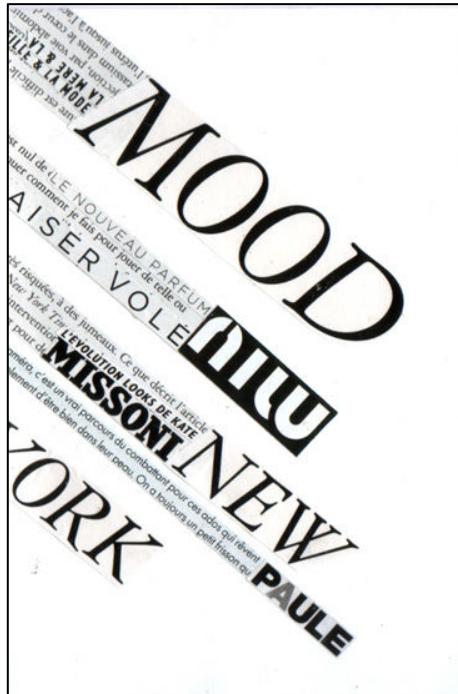


**Le lettrage ou calligraphie**  
dessin manuel de polices de caractère



# LA TYPOGRAPHIE

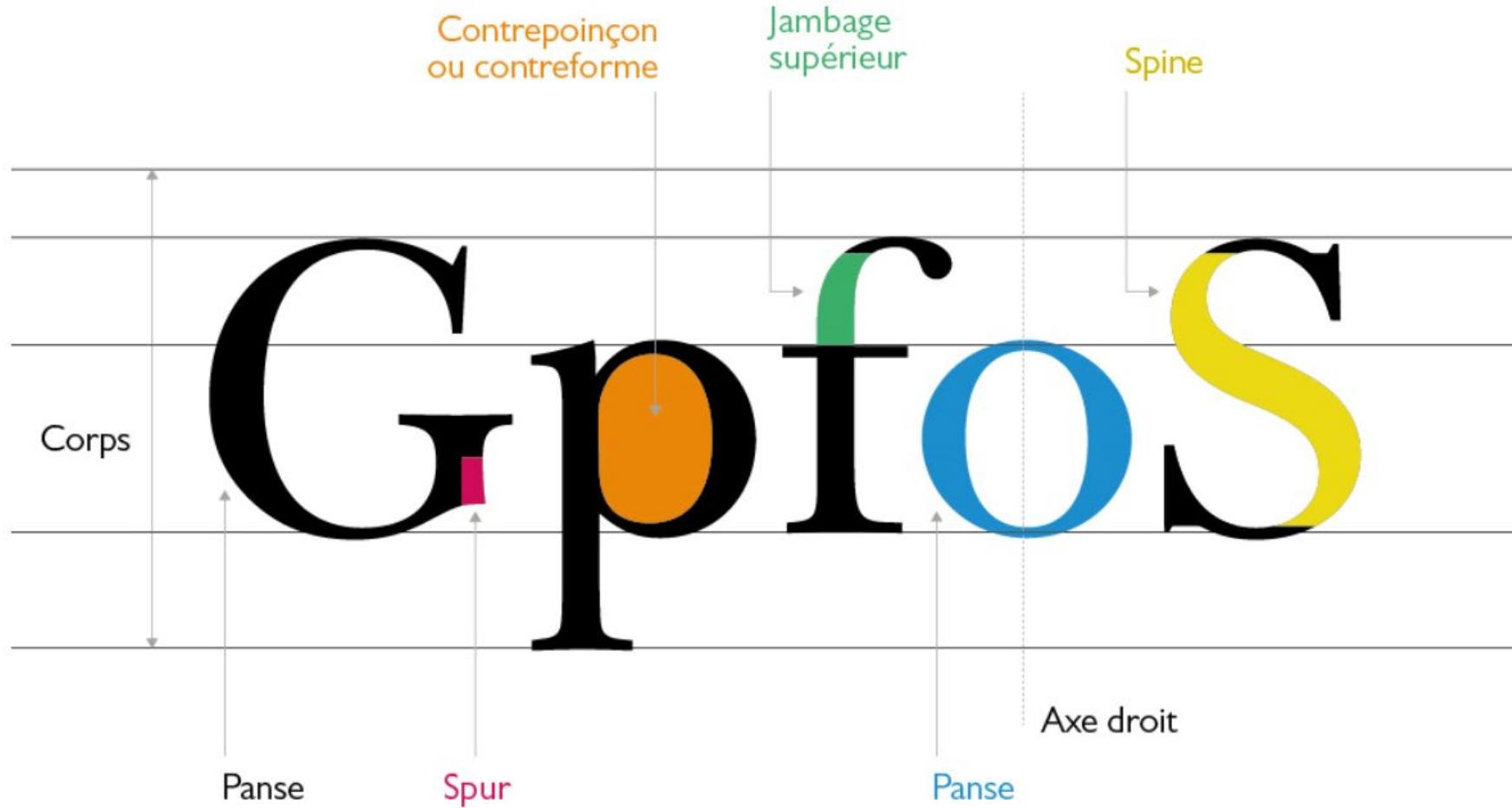
La typographie peut se définir comme étant **l'art d'assembler des caractères** pour créer des phrases puis de les organiser dans l'espace pour composer une image. Cela participe de la mise en page.



## ANATOMIE DE LA LETTRE

La typographie utilise beaucoup de termes qui permettent de décrire avec une grande précision la partie de la lettre dont on parle. Le champ lexical du corps y est extrêmement présent avec des termes comme : œil, panse, corps, ligne de pied ou encore jambage...





## LE JARGON



### Police de caractère ou fonte

C'est le style du dessin de lettre. Les polices sont classées en différentes catégories. (cf. plus bas)



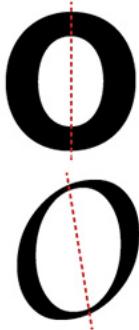
### Plein et délié

C'est, respectivement, les parties les plus épaisses et les plus fines du caractère.



### Empattement

C'est un petit trait qui prolonge les extrémités des lettres.



### Crénage

C'est l'ajustement de la distance (espace optique) entre les lettres pour une police de caractère donnée. Idéalement, elle doit être réglée à la main (ou plutôt à l'œil) et être homogène pour toutes les paires de lettres. Par ex. : ab, ba, ac, ca, ad, da etc.



### Axe droit / Axe oblique

C'est l'axe de construction de la lettre. Un axe droit indique un dessin symétrique de la lettre, sans contraste dans les épaisseurs. Un axe oblique a pour effet d'ajouter du plein et du délié dans l'aspect de la lettre.



Voici un texte composé en drapeau. Les lignes ont des longueurs variables et ne se terminent pas toutes au même endroit à droite.

### Texte en drapeau

C'est un texte qui n'est ni justifié ni centré. Toutes les lignes sont alignées soit à gauche (on parle de fer à gauche), soit à droite (on parle de fer à droite).

# Cés- ures

### Césure

C'est la coupure d'un mot à la fin d'une ligne. Par convention, on évite de laisser deux caractères en début de ligne et on coupe généralement les mots de 6 lettres au moins. Les césures sont à éviter sur les textes en drapeau mais indispensables sur les textes justifiés.

Voici un texte justifié. Les lignes sont d'une longueur égale et se terminent au même endroit. La dernière ligne est ici alignée à gauche.

### Texte justifié

C'est un texte dont toutes les lignes ont la même longueur. Les attributs d'ajustement pour « étirer le texte » afin de remplir la ligne sont les suivants : les espaces inter-mots, l'approche, les césures.

les espaces  
intermots sont  
importants  
pour  
différencier les  
mots

### Inter-mots

C'est l'espace entre les mots d'un texte. Ils sont définis en fonction du corps, mais on peut laisser une amplitude en pourcentage pour les modifier (notamment pour gérer les textes justifiés).

La justification est ici extrêmement étroite. Il est possible que des l e z a r d e s apparaissent, ce qui est fort disgracieux.

### Lézarde

C'est un trou béant que l'on trouve parfois entre deux mots dans un paragraphe. Les lézardes sont la conséquence directe d'une mauvaise gestion de la justification d'un texte.

### Interlettre

interlettre serré  
interlettre normal  
interlettre large  
interlettre très large

### Interlettre

C'est la l'espace horizontal entre deux caractères. Il est défini par le typographe mais sa valeur peut-être changée de façon à rapprocher les lettres ou les éloigner : On parle d'interlettrage serré, normale, ou large.



Demain, dès l'aube, à  
l'heure où blanchit la  
campagne,  
Je partirai. Vois-tu, je  
sais que tu m'attends.  
J'irai par la forêt, j'irai  
par la montagne.  
Je ne puis demeurer loin  
de toi plus longtemps.

#### Interligne

C'est la distance entre deux lignes de texte successives. Elle s'exprime en point ou en pixel.

**bas-de-casse**  
**a b c d e f g**  
**h i j k l m n o**  
**p q r s t u v**  
**w x y z**

#### Bas-de-casse

C'est l'ensemble des caractères minuscules d'une fonte. Ils sont appelés comme ça car ils étaient rangés en bas de la casse typographique.

**CAPITALES**  
**A B C D E F G**  
**H I J K L M N**  
**O P Q R S T U**  
**V W X Y Z**

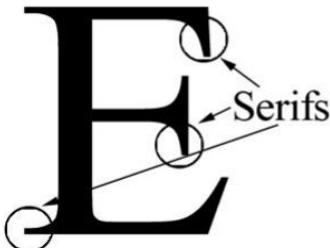
#### Capitale

C'est l'ensemble des caractères en grand format pour une fonte donnée. En français, chaque phrase démarre par une capitale.



# LES POLICES DE CARACTÈRE

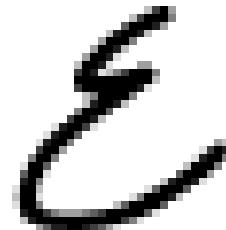
SERIF



SANS-SERIF



SCRIPT



*Pain perdu*

DANCING SCRIPT

*tarte maison*

BAD SCRIPT

*fraise-vanille*

PYNION SCRIPT

*CANELLE*

AMATIC SC

*garmandise*

ALEX BRUSH

*Caramel*

PETIT FORMAL SCRIPT

**Chaque police de caractère transmet un message particulier.**

Une typographie manuscrite n'aura pas le même effet qu'une font plus massif, des mots qui semblent dactylographiés avec une vieille machine à écrire laisseront une impression différente que s'ils paraissent tracés à la craie...

Étudiez les polices, **pas seulement pour leur apparence, mais pour ce qu'elles dégagent**. Et retenez celles qui correspondront au public et au type de sensation que vous souhaitez communiquer.





# THE PSYCHOLOGY OF TYPOGRAPHY

Serif →

## Popular Serif Fonts

Times New Roman  
Bodini  
Georgia  
Garamond  
Baskerville

## Associations

Traditional  
Impressive  
Authority  
Respect

Sans →  
Serif

## Popular Serif Fonts

Helvetica  
Verdana  
Arial  
Century gothic  
Calibri

## Associations

Clean  
Modern  
Stable  
Objective

Slab →  
Serif

## Popular Serif Fonts

Rockwell  
Courier  
Museo  
Clarendon  
Bevan

## Associations

Bold  
Strong  
Solid  
Modern

Script →

## Popular Serif Fonts

Lobster  
Zapfino  
Pacifico  
Lucida  
Brush Script

## Associations

Feminine  
Friendly  
Elegant  
Creative

Modern →

## Popular Serif Fonts

Infinity  
Eurostyle  
Majorom  
Matchbook  
Politica

## Associations

Exclusivity  
Fashionable  
Stylish  
Sharp



**féminité**

*Maurleau-Pilon*

**SYMPHONIE**

**ÉTEINT ASCENSEUR**

**AVENIR LOGIQUE**

**JEUX ENTRE SIGNIFIANT ET SIGNIFIÉ**

MODERNISME

Préciosité

ÉLÉGANCE

**FORCE**

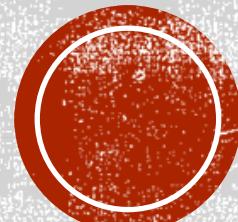
MONUMENTALITÉ

**SIMPLICITÉ**

FANTAISIE

Archaïsme

SÉRIEUX



# PAS PLUS DE 3 POLICES DE CARACTÈRES

## Limiter le nombre de polices utilisées

La diversité, c'est une très bonne chose. Mais pas pour la conception d'un visuel. Une police de caractère pour le titre, une pour les sous-titres et une troisième pour le contenu, c'est le maximum que vous pouvez vous autoriser.

**Ne vous éparpillez pas trop :** les caractères retenus doivent aussi s'associer entre eux.



Pack famille de polices Qanaya Serif  
Par creativetacos



Laiton  
Par yipianesia



Police de la dalle Touchdown  
Par maroonbaboon



Gorgone - Un Serif polyvalent  
Par letterhead



Helvetica Neue 25 Ultra Light  
Helvetica Neue 35 Thin  
Helvetica Neue 45 Light  
Helvetica Neue 55 Roman  
**Helvetica Neue 65 Medium**  
**Helvetica Neue 75 Bold**  
**Helvetica Neue 85 Heavy**  
**Helvetica Neue 95 Black**

# BIEN ASSOCIER SES POLICES DE CARACTÈRE

Pour créer une impression d'unité, vous pouvez ainsi reprendre les différentes variations de police d'une même famille (Arial, Arial Black, Arial Narrow et Arial Rounded MT Bold par exemple).

Modifier leur épaisseur, leur taille, voire leur couleur accentue encore leurs variations. Elles se ressemblent cependant beaucoup et le risque est de créer une certaine monotonie.



Didot  
montserrat

Brusher  
lato thin

Lavenderia  
baskerville

ROBOTO  
garamond

BEBAS NEUE  
constantia

JOSEFIN SANS  
crimson text

Futura  
*georgia italic*

Coolvetica  
gill sans

# BIEN ASSOCIER SES POLICES DE CARACTÈRE

Pour la rompre, vous pouvez associer des polices avec et sans empattements.

D'ailleurs, si vous devez choisir deux typographies de familles différentes, il est même conseillé de puiser dans ces deux répertoires pour **éviter la confusion visuelle**.

Voici quelques sites internet qui vous aideront dans vos choix de caractère :

- typeconnection.com
- typegenius.com
- font pair
- typ.io
- Google Fonts

Exercez votre œil en observant les compositions qui vous plaisent vous aidera à trouver le chemin...

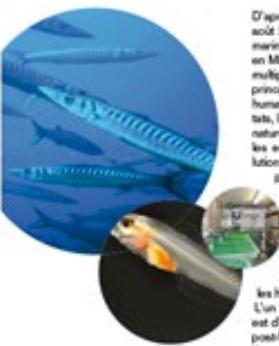


D'après le bilan du « Census of Marine Life » (Avril 2010) dans la revue *PLoSOne*, la moitié des mers et océans recouvrent 230 000 espèces marines dont 120% sont des poissons. Le Méditerranée possède 650 espèces sur moins d'1% de la surface totale des océans. Nous devons agir en urgence pour tenter d'enrayer cette régression, c'est ce que nous nous sommes fixé dans le cadre de ce projet LIFE. Cette newsletter trimestrielle permettra de suivre les avances du projet.

Philippe Lantaf  
Coordinateur SUBLIMO

# LE PROJET

## UN CONTEXTE INQUIÉTANT



**EN SAVOIR PLUS**  
EN ATTENDANT  
LA MISE EN LIGNE DU SITE INTERNET DU PROJET, VOUS POUVEZ TROUVER LES INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES SUR LE SITE : [HTTP://CEFRIM.UNIV-PBP.FR](http://CEFRIM.UNIV-PBP.FR)

D'après les évaluations publiées en août 2010, le déclin de la biodiversité marine est particulièrement important en Méditerranée. Les causes en sont multiples mais principalement dues à des activités humaines : la dégradation des habitats, la surexploitation des ressources naturelles, le changement climatique, les espèces envahissantes et la pollution. Des objectifs ambitieux... Le projet SUBLIMO propose une nouvelle approche pour analyser, suivre et réduire la perte de biodiversité marine.

Nous chercherons à identifier et à estimer l'abondance des espèces de poissons qui reviennent coloniser les habitats côtiers.

L'un des buts principaux du projet est d'analyser la biodiversité au stade post-larvaire car c'est une phase critique dans le cycle de vie des poissons, avec un taux de mortalité de

plus de 90 %, due à la prédation et à la dégradation des habitats.

Le technique innovante proposée dans le projet est d'attraper des espèces de poissons en danger ou surexploités au stade post-larvaire. Les individus sont ensuite élevés dans deux centres de recherches (Pyrénées-Orientales et Corse). Quelques mois après, les juvéniles élevés en aquarium sont reintroduits dans des micro-habitats réduisant la mortalité. Ils viennent ainsi renforcer les populations locales d'espèces en danger ou très exploitées.

Quelques mois après, les juvéniles élevés en aquarium sont reintroduits dans des micro-habitats réduisant la mortalité. Ils viennent ainsi renforcer les populations locales d'espèces en danger ou très exploitées.



### ZOOM SUR LES FERMES AQUACOLES DU PROJET

La site prioritaire de Bastia en Corse a mis en place très tôt dans le projet ses systèmes d'élevage. Le site prioritaire de Leucate/Berckirac a été créé de la ferme aquacole mobile (conteneur autonome d'élevage) le 9 mars 2012 par la société ECOOCÉAN, sous-traitant du projet.

D'après les évaluations publiées en août 2010, le déclin de la biodiversité marine est particulièrement important en Méditerranée. Les causes en sont multiples mais principalement dues à des activités humaines : la dégradation des habitats, la surexploitation des ressources naturelles, le changement climatique, les espèces envahissantes et la pollution. Des objectifs ambitieux... Le projet SUBLIMO propose une nouvelle approche pour analyser,

suivre et réduire la perte de biodiversité marine. Nous chercherons à identifier et à estimer l'abondance des espèces de poissons côtiers qui reviennent coloniser les habitats côtiers. La technique innovante proposée dans le projet est d'attraper des espèces de poissons en danger ou surexploités au stade post-larvaire. Les individus sont ensuite élevés dans deux centres de recherches (Pyrénées-Orientales et Corse). Quelques mois après, les juvéniles élevés en aquarium sont reintroduits dans le cycle de vie des poissons, avec un taux de mortalité de plus de 90 %, due à la prédation et à la dégradation des habitats.

### ÉTAT D'AVANCEMENT DU PROJET



D'après les évaluations publiées en août 2010, le déclin de la biodiversité marine est particulièrement important en Méditerranée. Les causes en sont multiples mais principalement dues à des activités humaines : la dégradation des habitats, la surexploitation des ressources naturelles, le changement climatique, les espèces envahissantes et la pollution. Des objectifs ambitieux... Le projet SUBLIMO propose une nouvelle approche pour analyser, suivre et réduire la perte de biodiversité marine.

# STRUCTURER ET HIÉRARCHISER VOS CONTENUS

## Guider la lecture

Dans notre culture, nous avons appris à lire de gauche à droite. Un **texte aligné à gauche sera donc nettement plus facile à parcourir.**

Respectez le même alignement pour toute la typographie d'un document, sauf à vouloir créer des blocs de texte indépendants les uns des autres.

# STRUCTURER ET HIÉRARCHISER VOS CONTENUS

**Composer vos textes comme des images**

Ce qui implique que vos mots soient alignés de manière précise, entre eux, mais aussi par rapport aux différents éléments visuels, comme les illustrations.

Des grilles vous aideront à vérifier cet alignement, si précieux pour que l'ensemble de votre projet apparaisse cohérent.



## SUMARIO CONTENIDOS SEPTIEMBRE 10



## PAZ, AMOR Y ALGUNA GUERRA

Escrivín (y formado) por Ignacio Serna (Editor)

Ayer, día 9 de octubre, John Lennon habría cumplido 70 años. Podría... Ayer John Lennon cumplió 70 años. Lo mismo da que, hace 30, un desequilibrio mental le asesinó a tres a la puerta de su casa en Nueva York. La trascendencia del mito ha revivido la presencia del cuerpo. Su leyenda está viva.

Yoko Ono, su viuda, lo dice: "Es su 70º aniversario y voy a volarme en que este año salga todo muy bien".

Si las cábalas existieran engendrariían los tristes del-

destino para con John Lennon y los numerosos que acaban en cero. En

2009 no solo se cumplen 30 años

de su muerte y lo convierten en un

fantasma septuagenario. También

se libra otro triste aniversario: los 40

años de la separación de The Beatles,

tras la grabación de Let it be.

John Lennon y Yoko Ono se conocieron en una galería de Londres donde la artista japonesa expuso su trabajo. El mítico entró y ella no salió quería era.

Tanta lección del mito beatle quizá hizo

que no considerara tan grave su sepa-

ración. Las bromas con Paul y Linda

McCartney hicieron imposible a partir de

1970 que siguieran juntos.

La saga fue una década intensa e increíblemente crea-

tiva. De sus hallazgos han bebido multitud de artistas

después. Entre Please, please me y Let it be, con el hito

del Sergeant Pepper's en medio, los Beatles forjaron

un sendero genial por el que toda la cultura pop ha

caminado y sigue caminando. Paul McCartney ha ido

cavando los descensos de aquellos años. La fiebre

por el creador de Imagine no cesa. "Quieren hacerle

bonitos en posibles y ciudades de todo el mundo,

estatua, encuentro, es como un tsunami", comenta

Yoko Ono. Pero ella lo agrada. Le nota muy potente.

"Había un tiempo en que físicamente se odiaba de mu-

chos. Ahora se tiene más cercano en registro, como si

anduviera por aquí". "Me gusta esa tensión". No le

importa andar a cuentas con su sombra. Tampoco cree

que su trabajo como artista conceptual y su labor en el

mundo de la música haya quedado en un segundo plano.

Lo más, si alguien en alguna entrevista no le pregunta

por él, admite que lo evita.

Su vida cambió definitivamente con ese

encuentro. De adolescente con tentativas de suicidio

"aunque se ha exagerado mucho ese tema", puntualiza— a artista más de otros músicos como John

Cage, la figura de Yoko ha pasado tam-

bien a cuajar una leyenda muy similar a la de Gala con Dalí o Adela Múñoz con

Gustav. Fueron años locos y expectan-

zadores. John tenía mucha de pre-

dela. Los artistas perdíanlos y los pe-

ristas rendíanlos lo son. Ven más allá.

El vela más allá. En los años setenta

recuerdo que hablaban mucho

de la aldea global. Hoy existe esa

aldea global. Si siguiera vivo, me lo habría restringido:

"Ves, te lo dije".

Lo mismo creé acerca de los ideales en los que comba-

ban y esparrían demasiados en una habitación de hotel.

Paz, amor, libertad, la utopía perfectamente definida

en Imagine. "El 90% de la gente quiere eso. John era un

hombre al que le gustaba proclamar verdades incómo-

dias. Hoy pocas le llevan la contraria. ¿Quién busca

la violencia? Tan solo los estúpidos que creen que no se

sobreviven en su contra".

# STRUCTURER ET HIÉRARCHISER VOS CONTENUS

Jouez avec les tailles pour capter l'attention des lecteurs

Quelle que soit la mise en page, l'œil sera en premier attiré par les parties de texte plus grandes, ou d'une couleur différente.

Il vous faudra sélectionner le mot le plus important, celui qui sera mis en avant. C'est lui qui donnera envie de lire les autres !

# STRUCTURER ET HIÉRARCHISER VOS CONTENUS

## Laissez respirer votre mise en page

Le vide, sur un visuel, ce n'est pas le néant, c'est un cadre qui met en valeur ce qui est présenté. Laissez respirer votre texte, ne le collez pas sur les bords de l'image.

**Les interlignes, les lignes blanches, sont aussi importants dans la composition de la partie rédigée que le contenu lui-même.**

LE BARBIER SÉVIT!

En 1921, les barbiers-chirurgiens se montrent le plus裁 pour que l'on qualifie de chirurgiens leurs corps ne ressemblaient trop dans leurs activités. Cela leur permettait d'effectuer des opérations de greffe de la tête de Paris, que les barbiers-chirurgiens avaient leurs activités chirurgicales. Récemment, une telle opération a été réussie à l'hôpital Saint-Louis.

Les protocoles ont continué d'évoluer. Par exemple au 19<sup>e</sup> siècle, on proposait de couper le client au poce pour le tailler. Le coiffeur était assis dans un fauteuil et permettait également de positionner celle-ci et de déplier alors le rasoir.

C'est très probablement la peine de rasoir qui va évoquer plus de disponibilité. Ainsi, alors chez le barbier, il y avait un banc dans lequel

au sein de la ville il y a eu. Mais il y a plusieurs de barbier les protocoles chirurgiens de moins à moins évidents.

Notamment, lorsque son petit frère, le barbier de Lorraine, le fils de l'ancien, ou les hommes de l'ordre de l'ordre de France qui avaient, mais les barbiers, leur frère bien.

Mais qui se souvient aujourd'hui cette technique bien connue des barbiers? Responsable des barbes et des moustaches depuis plus de 30 ans déjà, Charles Gauthier a créé Le Barber de Lorraine, ayant tout fait pour sauver l'art de la coiffure, de la barbe, de la tête, il remettra avec un vaste plaisir dans nos salons historiques.

Site officiel du Barber de Lorraine : [www.barber-de-lorraine.fr](http://www.barber-de-lorraine.fr)

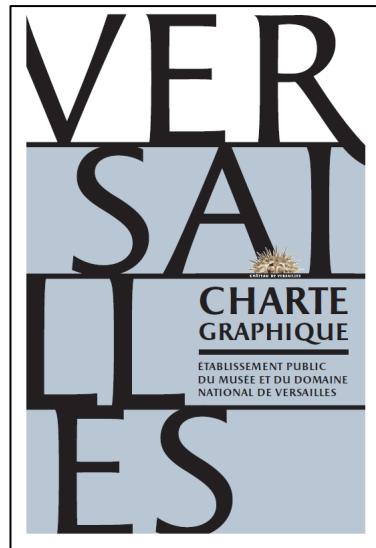
Retrouvez-nous sur :  
Facebook : [www.facebook.com/barberde.lorraine](https://www.facebook.com/barberde.lorraine) - Lorraine  
Twitter : [@BarberdeLorraine](https://twitter.com/BarberdeLorraine) - Barber  
LinkedIn : [www.linkedin.com/company/barber-de-lorraine/](https://www.linkedin.com/company/barber-de-lorraine/) - Barber





# L'HABILLAGE GRAPHIQUE

- 1- La couleur
- 2- La typographie
- 3- Logo et charte graphique



# QU'EST-CE QU'UNE CHARTE GRAPHIQUE ?

C'est un document de référence appelé ‘charte graphique’, il contient **les règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques constituant l'identité visuelle d'une entreprise**, d'une marque, d'une organisation ou d'un projet.

Une charte graphique regroupe et traduit graphiquement tout l'univers et toutes les valeurs de l'entreprise (*dynamisme, innovation, élégance, ...*), c'est le **support fondamental de toute sa communication (interne et externe)**.



cnes  
CENTRE NATIONAL  
D'ÉTUDES SPATIALES



#### #1 LOGOTYPE VERSION HORIZONTALE ET VERTICALE

Le logo du CNES doit être impérativement utilisé avec le nombre de points établis dans cette charte, 8 points, donc 4 de chaque côté. Le logo ne change pas et les points viennent simplement l'habiller.  
La charte permet également de n'utiliser que les points en guise d'habillage (voir p.7)

4 - RETOUR SOMMAIRE

Logo avec déroulé de l'acronyme dit carré



C0 M0 J0 N0  
R256 V256 B256  
#ffffff



Pantone 294C  
C100 M60 J0 N20  
R0 V81 B145  
#005191



Black  
C0 M0 J0 N100  
R0 V0 B0  
#000000



Pantone 422C  
C39 M30 J30 N8  
R160 V161 B162  
#A0A1A1

Logo sans déroulé de l'acronyme dit pyramidal



C0 M0 J0 N0  
R256 V256 B256  
#ffffff



Pantone 294C  
C100 M60 J0 N20  
R0 V81 B145  
#005191



Black  
C0 M0 J0 N100  
R0 V0 B0  
#000000



Pantone 422C  
C39 M30 J30 N8  
R160 V161 B162  
#A0A1A1

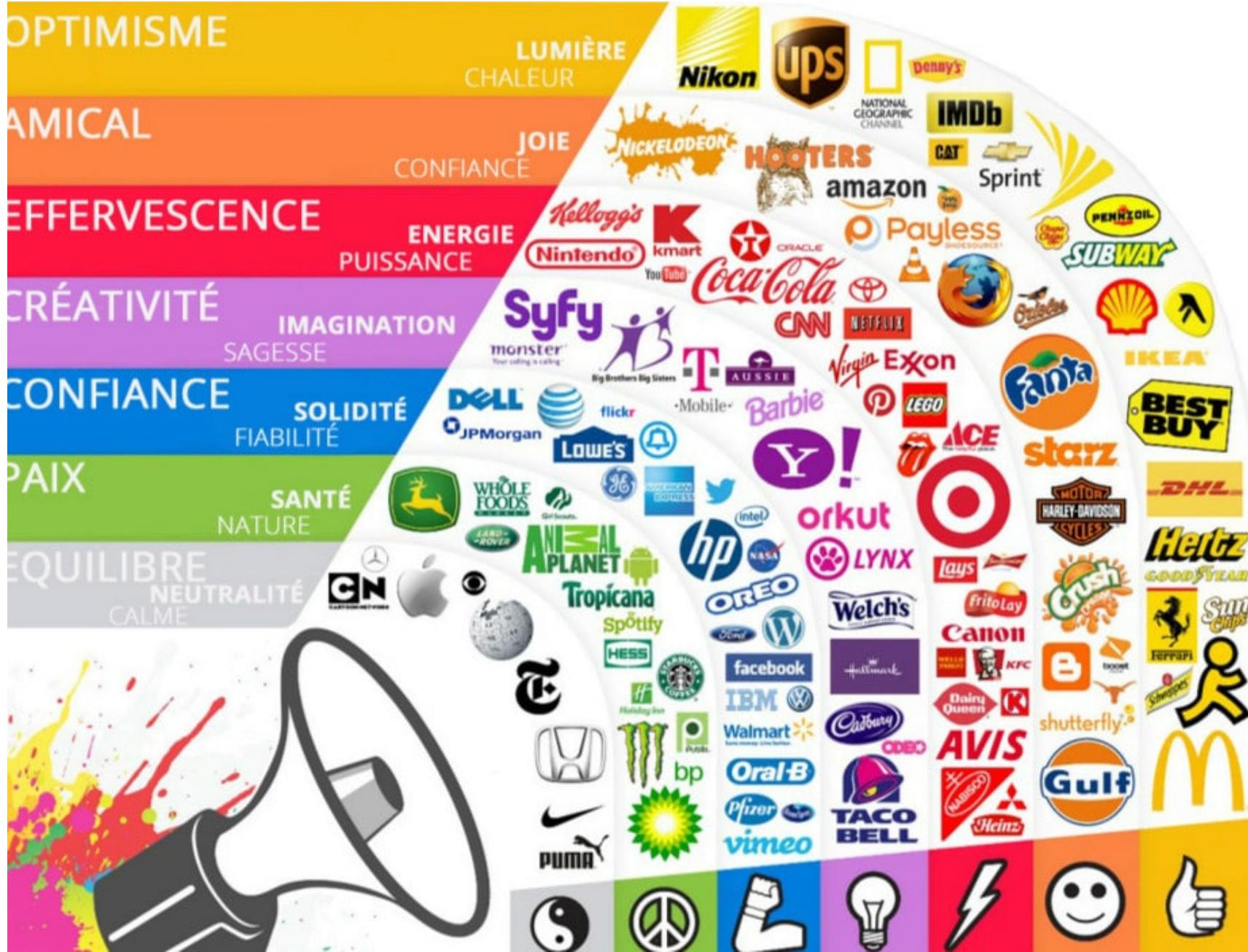
#### #1 LOGOTYPE ACRONYME ET PYRAMIDE

# QU'EST-CE QU'UNE CHARTE GRAPHIQUE ?

L'élément central d'une charte graphique est le logo, on le retrouve sur tous les supports de communication de l'entreprise. La charte décrit précisément ses déclinaisons possibles en fonction des cas d'utilisation.

Description détaillée des couleurs, tailles et mises en forme possible, mais aussi ce qui n'est pas permis.





# QU'EST-CE QU'UNE CHARTE GRAPHIQUE ?

## ▲ Le nuancier des couleurs ▲

Une palette de **24 teintes** (basée sur 8 tonalités déclinées en 3 luminosités) est définie pour l'ensemble des compositions. Les références sont précisées en modes CMJN (impression en quadrichromie), Pantone (impression en tons directs), RVB (bureautique), HTML (internet) et RAL (signalétique). Le carré (noir ou blanc) précise laquelle des deux teintes est la plus contrastée pour composer des textes sur fond de couleur – et pour une meilleure accessibilité en HTML.

C3-M48-J40-N15 PAN 7618 R195-V140-B125 # C1B7E RAL 1202	C5-M95-J80-N10 PAN 7295 R180-V40-B50 # B025E RAL 3033	C5-M95-J80-N60 PAN 7623 R100-V25-B20 # 6A016 RAL 8015
C3-M30-J50-N10 PAN 7508 R225-V180-B130 # D5B02 RAL 1002	C5-M60-J95-N0 PAN 725 R210-V125-B40 # C7F2A6 RAL 2011	C5-M60-J95-N50 PAN 725 R225-V75-B20 # 704C14 RAL 8003
C3-M10-J65-N3 PAN 603 R240-V220-B105 # EE0969 RAL 1018	C5-M20-J100-N3 PAN 7405 R230-V190-B20 # E3C213 RAL 1021	C5-M20-J100-N43 PAN 111 R055-V135-B10 # 996608 RAL 1027
C25-M3-J50-N10 PAN 578 R190-V200-B140 # C1CA90 RAL 6021	C50-M5-J100-N0 PAN 376 R160-V185-B55 # 9F8935 RAL 5021	C50-M5-J100-N40 PAN 370 R110-V130-B40 # 6E8225 RAL 6017
C50-M0-J15-N13 PAN 630 R140-V185-B200 # 8E89C5 RAL 6027	C100-M0-J30-N5 PAN 320 R0-V150-B170 # 095A48 RAL 5021	C100-M0-J30-N5 PAN 7719 R0-V90-B100 # 005A66 RAL 6026
C40-M23-J0-N3 PAN 7681 R165-V180-B215 # A58309 RAL 5014	C80-M45-J0-N5 PAN 283 R25-V115-B180 # 4C7485 RAL 5015	C80-M45-J0-N55 PAN 2955 R50-V70-B110 # 2F476C RAL 5000
C50-M45-J0-N15 PAN 7675 R125-V225-B170 # 7E7048 RAL 4005	C100-M90-J0-N10 PAN 276 R45-V50-B130 # 2A317E RAL 4009	C100-M90-J0-N60 PAN 280 R25-V25-B75 # 18194A RAL 5013
C10-M50-J8-N13 PAN 680 R190-V140-B165 # BA88A4 RAL 4009	C10-M100-J15-N5 PAN 226 R180-V0-B110 # 800068 RAL 4010	C10-M100-J15-N55 PAN 235 R05-V0-B65 # 69003F RAL 4004

## ▲ La pictothèque ▲

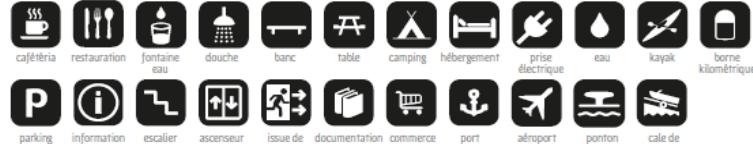
### TRANSPORT



### BÂTIMENTS / ÉDIFICES



### SERVICES



### PUBLICS



### Outils/internet



### THÉMATIQUES



Les pictogrammes présentés ci-dessus sont un extrait d'une base enrichie au fil des besoins des différents supports (signalétique, internet, publication...). Pour tout usage de pictogramme, il est impératif d'employer cette collection. les fichiers sont disponibles sous forme de bibliothèque numérique ou de typographie.

La charte fige aussi les choix de couleurs en fonction des exigences des différents supports de communication et des différents fonds disponibles (*fond de couleur ou fond blanc*).

Le nombre de jeux de couleurs doit rester limité pour simplifier la mémorisation de l'identité visuelle et sa différenciation par rapport à la concurrence (*4 ou 5 couleurs étant un compromis idéal entre mémorisation et différenciation*). On doit retrouver dans la charte les valeurs Pantone, CMJN, RVB et hexadécimales de chaque couleur utilisée.

Elle décrit aussi le style graphique des pictogrammes.

#### FONDS CLAIRS

Le bloc marque s'applique dans le bleu de référence (cf. Couleurs) sur les fonds blancs ou suffisamment clairs pour garantir un bon contraste de lecture.



#### FONDS FONCÉS

Le bloc marque s'applique en réserve blanche sur les fonds foncés garantissant un bon contraste de lecture.



[» Couleurs | fonds en damassés | exemples](#)

#### FONDS PHOTO

Les deux règles précédentes s'appliquent aux fonds photo. La surface de l'image doit être suffisamment homogène et peu perturbée pour une lecture optimale du logo.



es fonds damassés de l'époque  
utilisés sur certains fonds  
documents d'édition,  
affiches,  
couverture de dépliant  
RC



#### #1 LOGOTYPE APPLICATION SUR FONDS

Ces règles sont valables pour le logo avec et sans baseline.

#### 8 - RETOUR SOMMAIRE

Largeur habillage = 60mm



Largeur habillage = 60mm



Largeur logo = 80mm

#### #4 OBJETS IMAGE DE MARQUE MUG

Deux éléments habillent le mug : le logo à l'extérieur et l'habillage (les points) à l'intérieur.  
Le logo doit être centré verticalement par rapport à la tasse et est imprimé uniquement d'un seul côté  
comme sur le visuel ci-dessus.

#### 22 - RETOUR SOMMAIRE

# QU'EST-CE QU'UNE CHARTE GRAPHIQUE ?

Une charte graphique codifie également :

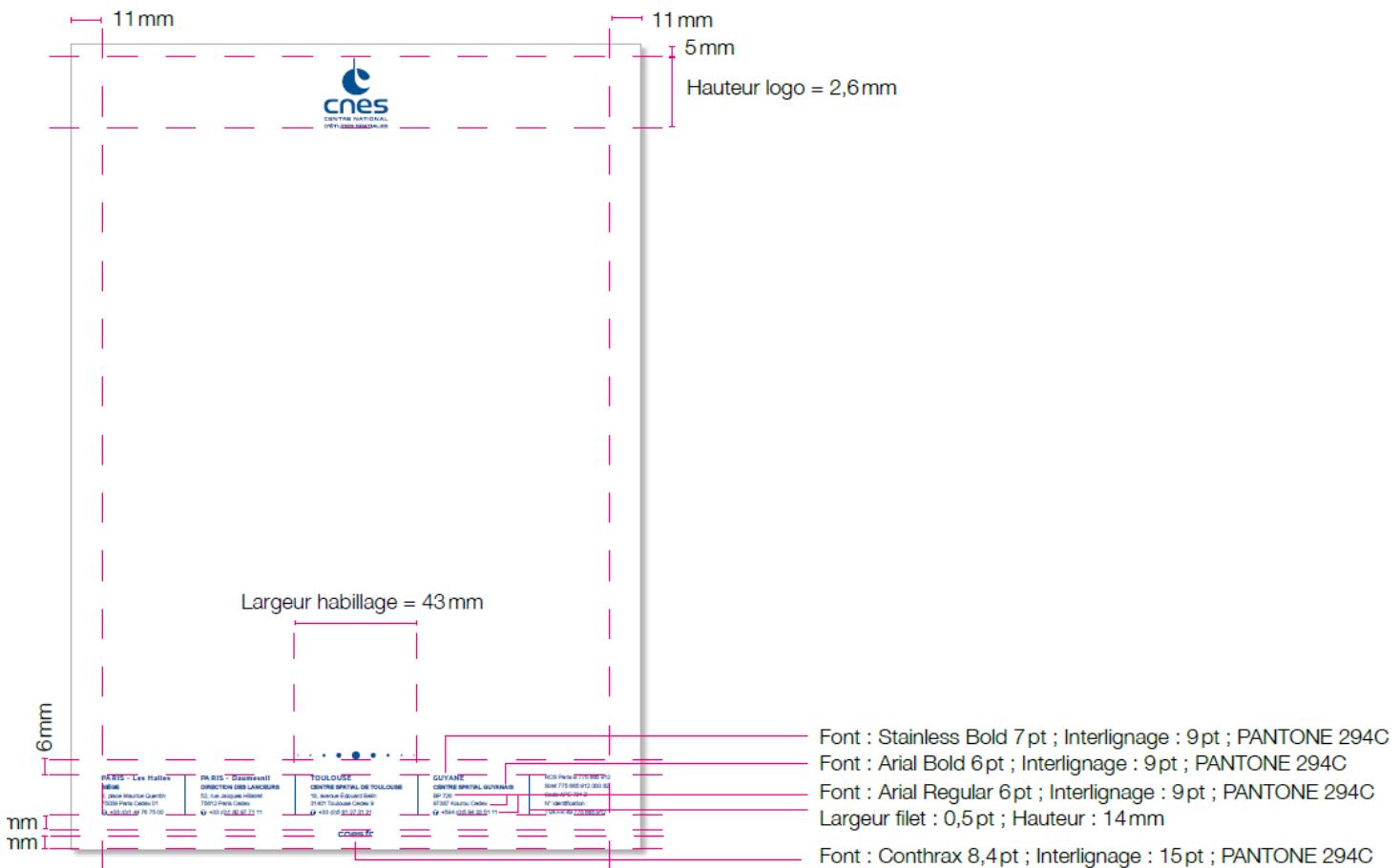
Les règles d'insertion de chaque élément (logo, titre, baseline,...) et pour chaque support : les marges et le positionnement dans le document.

Les règles éditoriales (ton et style) aidant tout rédacteur à rendre ses documents homogènes.



Les règles d'adaptation et de déclinaison pour les différents supports... en proposant par exemple une version simplifiée du logo (noir et blanc).





## QU'EST-CE QU'UNE CHARTE GRAPHIQUE ?

C'est à partir du logotype que l'on bâti une identité visuelle.

Le logotype doit **refléter l'image de l'entreprise et ses activités**, il doit également renforcer son image et rassurer ses clients.

Le logo doit **pouvoir s'adapter et se décliner** (différentes couleurs, avec ou sans baseline, carré ou rectangulaire,...) sur l'ensemble des supports de communication de l'entreprise.

On le retrouvera par exemple sur le papier à en-tête, les devis et factures, les affiches, les plaquettes commerciales, les flyers, le site internet et les véhicules de l'entreprise.



Le logo est incontournable pour la notoriété, l'image et la stratégie commerciale d'une entreprise. Il doit refléter les valeurs de l'entreprise et coller aux tendances du moment en terme de design. Selon les époques, le logo vit toutes sortes de déclinaisons et reste le témoin marquant des époques successives symbolisant souvent un renouveau pour l'entreprise !

**Selon les époques, le logo est symbolique, rond, complexe, épuré, en relief...** L'objectif est d'amener le public à mémoriser de manière efficace et rapide cette image graphique symbolisant l'entreprise.

Le logo permet à l'entreprise :

- D'être visible et facilement identifiable,
- De se démarquer de la concurrence,
- D'apporter de la crédibilité,
- Primordial pour l'identité d'une entreprise, il est représentatif de son activité et de son image.
- Quelques marques connues et reconnues dans le web rien que par leurs logos : Apple, Google, eBay, Facebook, Twitter...

