

COMMUNIQU ER PAR L'IMAGE

BUT — semestre 1



Montpellier-Sète



LES BASES DE LA COMMUNICATION VISUELLE



DÉFINITION

Tous les éléments d'information que l'on transmet grâce à des éléments graphiques et visuels.

La communication visuelle se fonde sur les techniques de l'image, de l'illustration et du graphisme.

L'IMAGE, UNE EFFICACITÉ REDOUTABLE

- La vue : sens dominant chez les humains ;
- Compréhension instantanée et dans sa totalité ;
- Suscite des émotions ;
- Raconte une histoire ;
- Plusieurs informations en simultanée.

CARACTÉRISTIQUES DE L'AFFICHE

- Moyen de communication visuelle qui délivre un **message** destiné à un **public cible** ;
- Son but est de convaincre le lecteur de réaliser **une action**.

L'affiche contient :

- un slogan ;
- un message ;
- un logo ;
- un visuel.



Logo



**'98 WAS A
GREAT YEAR
FOR FRENCH
FOOTBALL.
KYLIAN WAS
BORN.**

Message

LES INFORMATIONS À TROUVER DANS UNE AFFICHE

Qui : quelle est la personne qui communique : ville, association, entreprise...

Quoi : quel est l'objet de l'affiche (annonce d'un évènement, sortie d'un produit, changer l'image de marque...)

Quand : à quelle date et à quelle heure aura lieu la manifestation

Où : à quel endroit se situe la manifestation

Comment : les renseignements pratiques comme un numéro de téléphone ou une adresse permettant d'obtenir plus de renseignements ou pour réserver ou s'inscrire.

À qui : à quel public est destinée la manifestation

Pourquoi : les objectifs ou l'objectif de cette manifestation

Logo = qui



Slogan= pourquoi

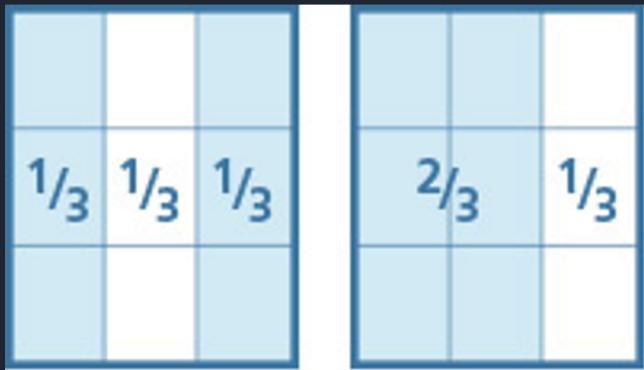
Message = quoi

Comment

RÈGLES DE CONSTRUCTION D'UNE AFFICHE



LA RÈGLE DES TIERS

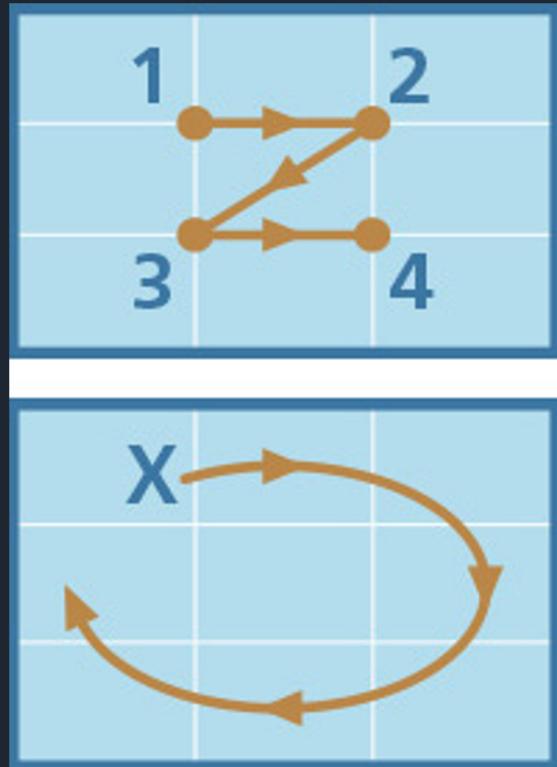


Principe de **proportion** et d'**équilibre**,
la règle des tiers divise une image en
trois parties égales

=> mettre en valeur le visuel avec
une image bien proportionnée et
équilibrée

LE CHEMIN VISUEL

- Les yeux ont tendance à explorer en particulier et successivement 4 points : balayage en Z
- Les yeux ont tendance à bouger dans le sens des aiguilles d'une montre.
- Les yeux ont tendance à regarder davantage le quadrant supérieur gauche d'une image.



PERSONNALITÉ DES TYPOGRAPHIES



Les polices produisent un effet sur le lecteur :

- Un caractère gras rend l'idée de force, de solidité ;
- Des lettres italiques suggèrent le dynamisme, le mouvement ;
- Un caractère maigre exprime la distinction et la délicatesse ;

LE SYMBOLISME DES COULEURS

Jaune : Synonyme de gaieté, de créativité et d'optimisme. Il donne une impression de chaleur et de lumière.

Orange : Évoque l'énergie et l'action. Il apporte une touche de dynamisme.

Rouge : Symbole d'amour, de sensualité et de passion. Il est aussi associé au danger, au sang. À utiliser avec un dosage bien contrôlé.

Violet : Associé à la délicatesse, à l'imaginaire et à la spiritualité. Il évoque aussi la prospérité et la solitude

Vert : invite au calme et à la détente. Symbole de croissance, de la nature et de chance. La couleur de l'espérance.

Bleu : Exprime la confiance, la fraîcheur et la fidélité. La couleur la plus aimée, il évoque le ciel, les voyages et le rêve.

L'IMPORTANCE DES ZONES DE REPOS

Les zones de blanc sont appelées « **zones de repos** » parce qu'elles permettent à l'œil de se reposer :

- Respiration dans la lecture ;
- Éviter l'effet de saturation.

RÉALISER UNE AFFICHE AVEC CANVA



CADRE DE L'EXERCICE

Objectif : créer une affiche pour promouvoir le BUT informatique de l'IUT de Montpellier-Sète

Contraintes :

- Choisir un modèle sur Canva à personnaliser
- Slogan : le BUT info c'est,...
- Image libre de droits : Pixabay, Freepick, Flaticon
- Intégrer le logo de l'IUT et de l'université
- Indiquer la date des Portes ouvertes (12 février 2022)

Réalisation individuelle