

# NOTE D'INTENTION - Identité visuelle du festival SOUND

**Projet : création d'un logo et d'une affiche A3 (PDF)**

**Étudiant : Benjamin Bridanne - M2 Information et Communication (Communication Culture Numérique)**

## 1) Rappel du brief et intentions initiales

Le projet consistait à concevoir l'identité visuelle du festival SOUND, au travers de deux livrables principaux : un logo et une affiche A3. Le brief imposait un logo obligatoirement typographique, garantissant la lisibilité immédiate du mot SOUND, avec la possibilité d'ajouter un signe complémentaire (figuratif, symbolique, modulaire ou évolutif). Concernant l'affiche, l'objectif était clair : produire une création moderne, capable de s'éloigner des clichés habituels associés aux festivals (scènes, foules, microphones), tout en faisant émerger visuellement l'ambiance sonore, le rythme et les vibrations du festival. Les informations obligatoires à intégrer étaient : SOUND, Festival de musiques nouvelles, et Toulouse, du 9 au 11 juillet, dans un format A3 vertical (PDF).

À partir de ces contraintes, mon intention a été de développer une direction artistique qui ne "représente" pas la musique de manière illustrative, mais qui traduise le son grâce à des choix graphiques : modularité, tension optique, répétition, contraste, densité, et surtout une mise en page construite comme une composition musicale. L'ambition était donc de créer une identité visuelle qui évoque la musique électro par sa structure (grille, pulsation, pattern), et non par des symboles évidents.

## 2) Démarche méthodologique et outils mobilisés

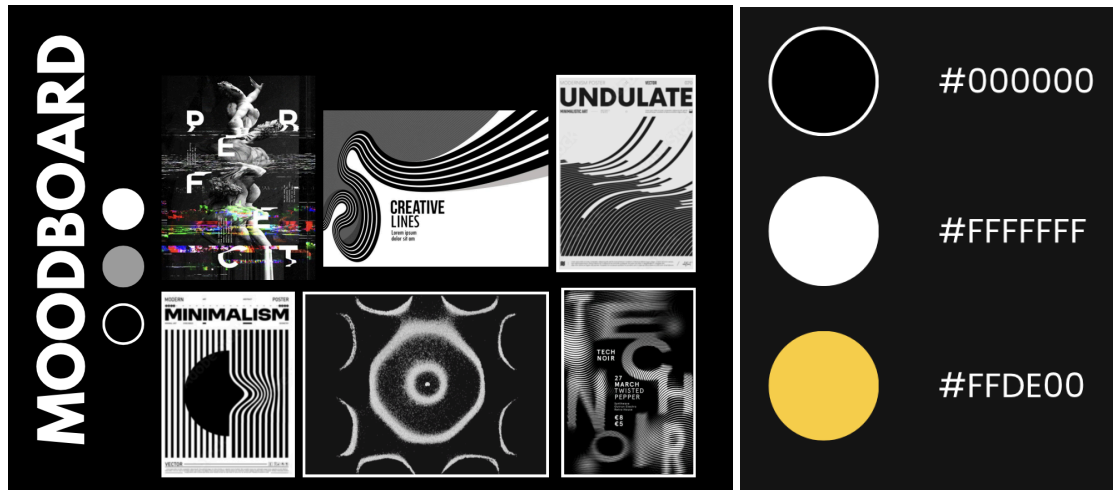
Avant la production, j'ai mené une phase de recherche importante afin de construire un univers cohérent. Le processus a débuté par une exploration d'inspirations via Pinterest, Adobe Stock et des références de logobooks, afin d'identifier des codes graphiques compatibles avec une esthétique électro contemporaine : minimalisme, brutalité du contraste, composition typographique, et effets optiques liés au mouvement.

### Outils logiciels

- Adobe Illustrator a été utilisé pour le logo : l'objectif était d'obtenir une construction vectorielle parfaitement maîtrisée, indispensable pour un logotype typographique (netteté, reproduction multi-supports, cohérence des proportions).
- Adobe InDesign a été utilisé pour l'affiche : ce choix s'explique par la gestion plus précise de la mise en page, des styles typographiques, de la hiérarchie d'information, et des équilibres de composition.

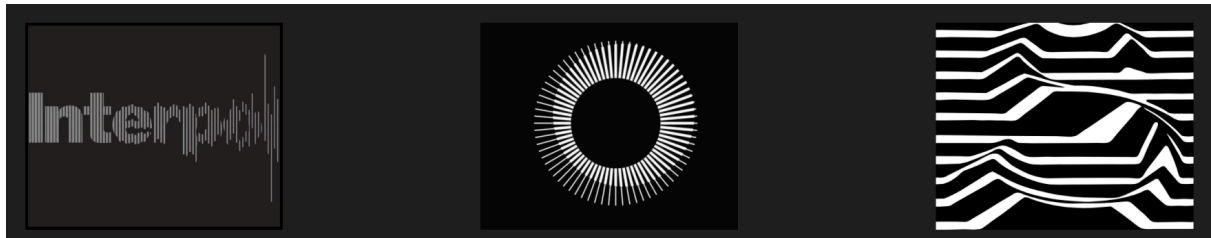
- Workflow de création

J'ai structuré mon travail comme une production professionnelle : moodboard (cadrage esthétique), planche typographique (tests de caractères / lisibilité / caractère "sonore"), palette couleur (choix contraint et très volontaire), croquis et recherches formelles (exploration des pistes) et mise en page sur grille (cohérence, régularité, rythme visuel)



### 3) Recherches et concepts : comment “montrer” le son ?

Le point central du projet a été la question suivante : comment représenter le son sans le dessiner littéralement ? Pour y répondre, j'ai isolé trois notions visuelles fortement liées à l'électro :



1. La fréquence (visualisation type equalizer / barre de niveau)
2. L'onde (courbe, vibration, propagation)
3. La distorsion (tension, glitch, rupture, perturbation numérique)

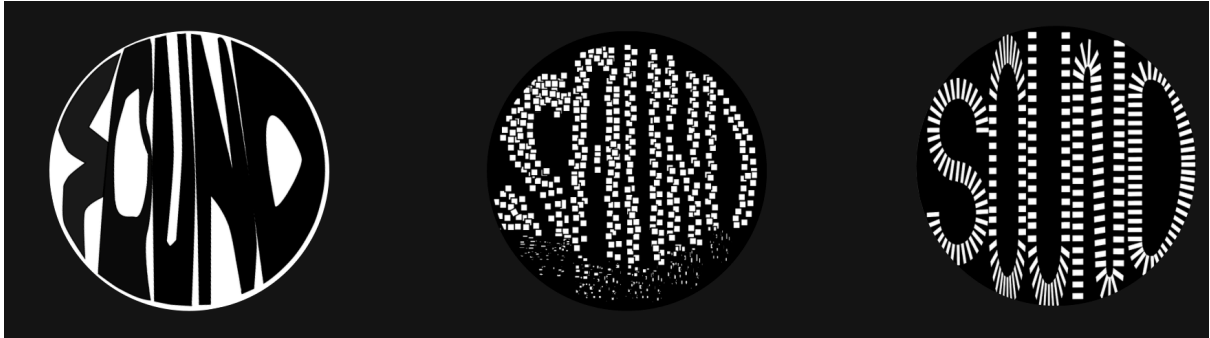
Dans mes inspirations logo, plusieurs éléments m'ont intéressé :

1. une référence typographique où le lien musique/visuel est direct grâce à une écriture construite en barres (effet fréquence)
2. une référence circulaire qui évoque le haut-parleur ou l'onde qui rayonne
3. une référence plus distordue avec des lignes déformées qui donnent une sensation de vibration et de mouvement, comme si le son traversait la matière.

L'idée n'était pas simplement de "faire beau", mais de capter une sensation : celle d'un son qui pulse, qui compresse l'espace, qui influence la perception exactement comme le font les basses et les synthés dans l'électro.

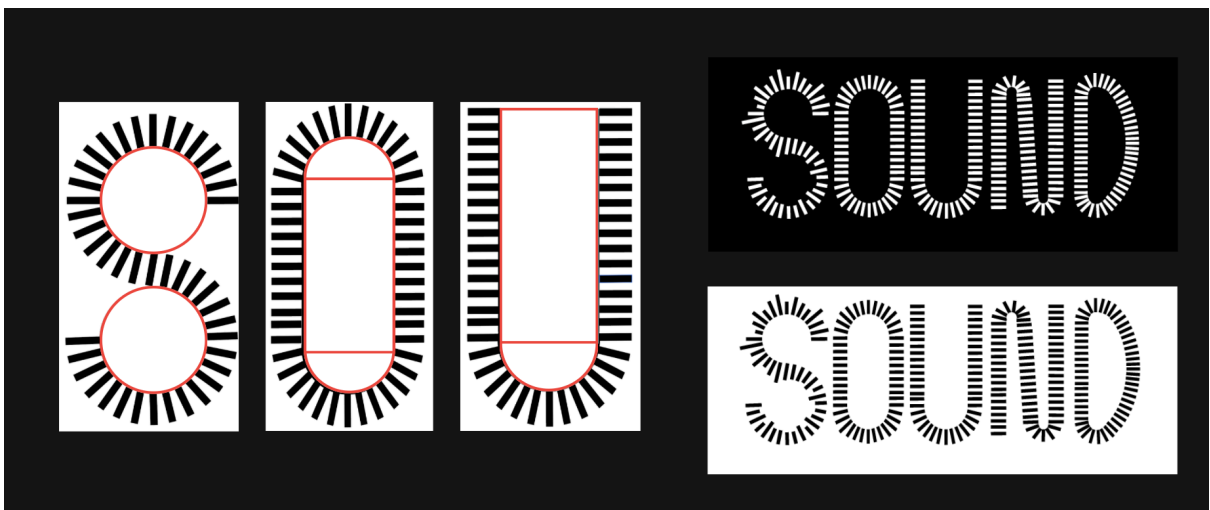
## 4) Logo : recherches, pistes et choix final

### 4.1 Exploration graphique



Après les inspirations, j'ai exploré plusieurs pistes visuelles. Le but était de tester différentes intensités : versions plus abstraites, versions modulaires, variantes plus agressives ou plus minimales, tout en gardant une contrainte : ne jamais sacrifier la lisibilité du mot SOUND. J'avais aussi l'intention initiale de partir sur un logo rond, pour rappeler la sphère musicale, l'enceinte, ou même une forme de "scène" encapsulée.

### Typographie construite, vibration visuelle



Le logo final est un logotype construit : les lettres sont formées à partir d'un module répétitif en barres, qui rappelle à la fois :

- les bandes d'un spectre audio,
- les lignes d'une waveform,
- et l'architecture d'un equalizer.

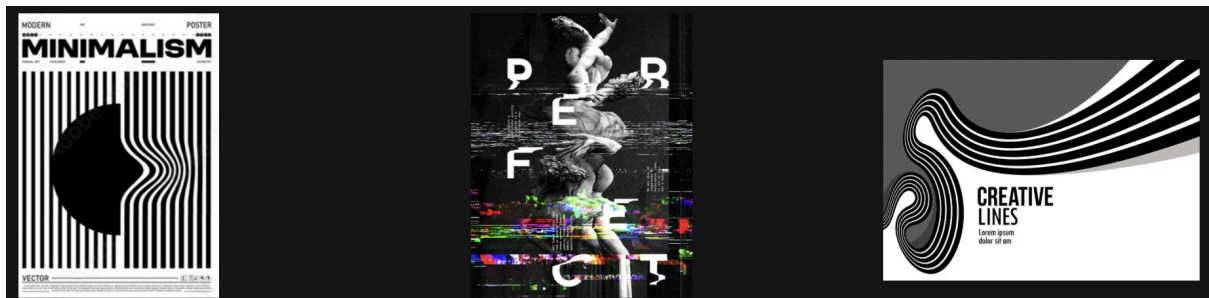
Ce choix transforme le mot SOUND en visualisation sonore : la typographie n'est plus neutre, elle devient un signal. On obtient un effet de vibration optique grâce au contraste et à la répétition. L'écriture donne l'impression d'être traversée par un courant rythmique : c'est volontairement sec, mécanique, presque "programmable", ce qui colle à l'imaginaire électro (machine, séquenceur, beat, pattern). Le noir et blanc a été retenu pour maximiser la lisibilité et la force d'impact : on est sur un système brutal mais très efficace, qui fonctionne sur tous les supports, et renforce l'identité minimaliste. Chaque lettre est construite à partir de forme géométrique.

## 5) Affiche : intention, inspirations et direction artistique

### Intention de départ

Pour l'affiche, la contrainte la plus structurante était : éviter les clichés. Je n'ai donc pas cherché à représenter un concert, mais à créer une image qui donne l'impression que l'on "voit" le son. Le poster devait être immersif, presque physique : comme une vibration qui traverse le regard.

### Inspirations : distorsion, glitch, vibration

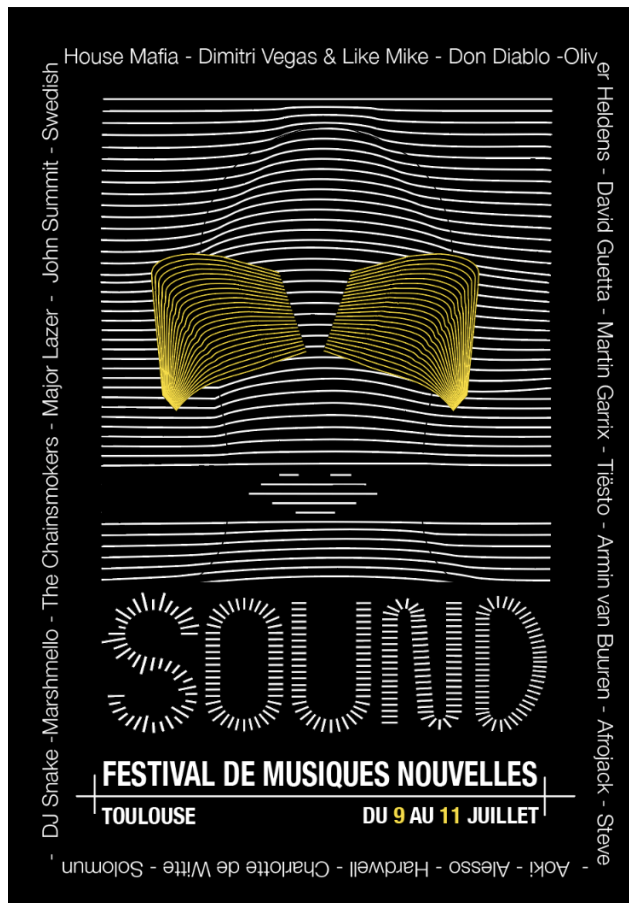


Trois axes visuels ont alimenté la recherche :

- des affiches basées sur la distorsion et des effets optiques, où le son semble tordre la matière (compression / tension) ;
- l'esthétique glitch, intéressante car elle renvoie au numérique, au bug, à la perturbation comme une saturation ou une rupture sonore ;
- des compositions à base de lignes ondulées, hypnotiques, qui traduisent le mouvement continu, la fluidité et le rythme visuel.

Ce triptyque est cohérent avec l'électro : une musique où la matière sonore est souvent modulée, compressée, accélérée, parfois "cassée" pour créer l'énergie.

## 6) Affiche finale : analyse formelle et sémiologique



### Palette et contraste

L'affiche repose sur une palette extrêmement contrôlée :

- **#000000** (fond / profondeur / dimension nocturne)
- **#FFFFFF** (structure de l'onde, lisibilité, signal)
- **#FFDE00** (accent lumineux, focalisation, énergie)

Ce trio est intéressant car il fonctionne comme un système sonore : noir = silence / espace, blanc = signal, jaune = pic d'intensité. Le jaune agit presque comme un "kick visuel" : une frappe qui déclenche l'attention.

Typographie :

Helvetica Neue Medium

# Helvetica Neue Medium

Helvetica Neue Light

# Helvetica Neue Light

## **Composition : l’affiche comme morceau électro**

La composition est structurée comme une piste musicale :

- répétition des lignes (loop / pattern),
- ondulation (waveform / vibration),
- densité variable (montée en intensité),
- et point de rupture au niveau de la bouche (break / cut).

L’image centrale présente une silhouette tracée par des lignes ondulées horizontales, évoquant une onde sonore, un signal, ou une perturbation électrique. L’effet produit n’est pas uniquement décoratif : il crée une sensation de mouvement continu, presque hypnotique, qui colle bien au registre “musiques nouvelles”.

## **Effet lunettes : focalisation et vibration**

Les lunettes jaunes sont le point focal. Elles créent un contraste chromatique immédiat, mais surtout un effet optique : les lignes qui se rapprochent génèrent une densité et une tension visuelle. Cela renforce l’idée de vibration : comme si une fréquence particulière devenait plus intense au centre de l’image.

## **La bouche comme “rupture sonore”**

Le traitement de la bouche introduit une logique de cassure, de “freeze” sonore. Dans l’électro, ce type de rupture correspond à un break, un arrêt bref, une coupure rythmique qui relance ensuite la dynamique. Graphiquement, la bouche matérialise cette interruption : ce n’est plus une onde fluide, c’est un bloc, une déchirure, une suspension.

## **Hiérarchie typographique et structure informationnelle**

L’affiche organise l’information avec une hiérarchie lisible :

- le logo SOUND en bas, très identifiable (typographie construite / barres)
- le sous-titre “Festival de musiques nouvelles” + lieu/date, alignés et structurés
- la liste des DJs en vertical en encadrement, donnant une impression contemporaine et éditoriale, proche de certaines affiches techno/club culture

Ce choix donne une sensation de cadre, presque comme un packaging ou une interface : on n'est pas dans une affiche "illustration", mais dans une affiche pensée comme un objet graphique à forte identité.

## 7) Cohérence globale de l'identité : logo + affiche

Le point fort du projet est la cohérence entre les deux supports :

- même logique de répétition et de rythme,
- même rapport au contraste (noir/blanc),
- même tension optique (vibration),
- et une couleur accent (jaune) qui devient signature.

Le logo fonctionne comme une "unité minimale", un signal typographique, tandis que l'affiche amplifie cette logique et l'étend à une image plus narrative. L'identité globale agit donc comme un système : un langage modulable qui peut, à terme, s'étendre à d'autres supports (flyers, réseaux sociaux, signalétique, billets).

