



identité visuelle

Site internet de l'EPFL

17.01.2002 / version 1.0

L'identité visuelle

La nouvelle identité visuelle de l'EPFL veut se démarquer d'une image traditionnelle que peut véhiculer une institution. Loin des clichés mettant en scène le diplômé costumé dans un décor gréco-romain, l'EPFL veut se doter d'une image qui met l'accent sur l'individu dans un contexte original et technologique.

Le thème de la «connectivité» (connexion/activité) exprimant les liens des principaux acteurs (professeurs, étudiants et industrie) mais aussi le réseau de connections des compétences, des ressources et des cultures multiples composant la communauté de l'EPFL a donné naissance à un langage visuel évolutif.

L'identité visuelle recherchée véhicule une notion d'originalité forte, d'humanité et de professionnalisme et génère une image percutante qui ne laissera pas insensible les utilisateurs du site internet. Une ambiance dépouillée, empruntée au laboratoire de recherche retranscrit une sensation d'expérimentation, de technologie, tout en plaçant le sujet humain au centre du propos. Plusieurs éléments graphiques ont été mis en place afin de contribuer notamment à cette identité visuelle: le bandeau identitaire (comportant le logo EPFL), le visuel photographique, les modules, la typographie, la mise en page...

Le soin porté au visuel photographique a une grande part de responsabilité dans l'image identitaire de ce site. Chaque photographie se veut décalée, interrogative, déconcertante afin de remplir son rôle accrocheur et stimulant. L'association de cette image à un titre ou à un slogan permet d'obtenir un message moteur teinté, si le cas le permet, d'une pointe d'ironie positive.

Le langage graphique choisi offre de faire évoluer des pages de manière libre tout en conservant une certaine homogénéité entre celles-ci. Il donne volontairement une définition de finesse, de précision, de dépouillement dans un univers blanc aseptisé.

Le bandeau identitaire est la signature de l'EPFL. Il est aussi un outil ergonomique permettant d'identifier le secteur dans lequel nous nous trouvons par sa couleur, son titre. Son concept de code graphique regroupe les couches principales entre elles selon leur nature.

Les visuels

Création d'un visuel pour le site de l'EPFL

Deux types de visuels peuvent être créés pour le site :

- Des visuels identitaires annonçant un service ou une entité.
- Des visuels actualités annonçant un événement ponctuel tel qu'un forum ou une exposition.

Le processus de création est identique dans les deux cas :

- 1. choix d'une image,**
- 2. intégration dans un cadre,**
- 3. intégration d'un texte.**

Les pages suivantes décrivent ces trois étapes.

Dans les descriptions suivantes, il convient de distinguer l'image, qui est la partie purement photographique avec le visuel qui représente l'ensemble graphique englobant le cadre et le texte. Une illustration est une image utilisée à l'état brut pour accompagner du texte courant.

1. Choix d'une image

Chaque image est une mise en scène avec un personnage et le thème du visuel, le tout dans un environnement minimaliste.

Le personnage, dans la majorité des cas un étudiant, peut également être représenté par une personne plus âgée, un robot...

Le thème du visuel est la représentation symbolique d'une unité, d'un concept ou d'un événement. Il est matérialisé sous la forme d'un objet appelé à interagir avec le personnage.

L'environnement doit être dépouillé ou du moins consacrer une part importante de l'espace au vide. Ne pas oublier qu'un texte sera intégré dans l'image et que le message devra être lisible en un coup d'oeil.



Le visuel ci-dessus a été retenu pour illustrer les journées Polyarchitecture. Le thème est représenté par une maquette de maison. Sans doute aucun étudiant de l'EPFL ne présenterait un projet pareil et probablement aucun élève ne s'habillerait comme le modèle de la photo. Un décalage avec la réalité permet de laisser une part de rêve. L'environnement vide met en avant le sujet tout en laissant un espace important au texte.

Les visuels communiquent un message. Ils doivent interpeller et provoquer une réaction. Ils ne sont pas là pour combler un espace vide. Voici une série d'exemples qui illustrent à chaque fois un type de visuel utilisable sur le site de l'EPFL et un type de visuel à éviter.

Il ne faut pas utiliser des visuels passe-partout et/ou ennuyeux.



Le visuel de gauche attire le regard, car il met en scène un étudiant dans un style propre à l'EPFL.

Le visuel de droite, trop standard, passerait inaperçu.

Eviter dans la mesure du possible les visuels tristes ou inutilement provocateurs. Le ton général doit être décalé mais positif.



Le visuel de gauche a été retenu pour son humour décalé favorisant le dialogue. Il est accompagné du message: les corridors sont remplis de collègues fabuleux. Les connaissez-vous tous ?

Le visuel de droite, trop décalé, déformerait ou étoufferait le message recherché.

Eviter les environnements surchargés. En plus de problèmes de lisibilité du texte, un environnement surchargé repousse le regard plus qu'il ne l'attire.



Le visuel de gauche a été sélectionné en guise de bienvenue sur la page d'entrée du site. Il intrigue et met en évidence le contenu du message tandis que le visuel de droite l'aurait écrasé.

Garder en tête qu'il s'agit d'une école. Eviter des images trop orientées business, même en traitant des sujets liés à l'économie ou à l'administration.

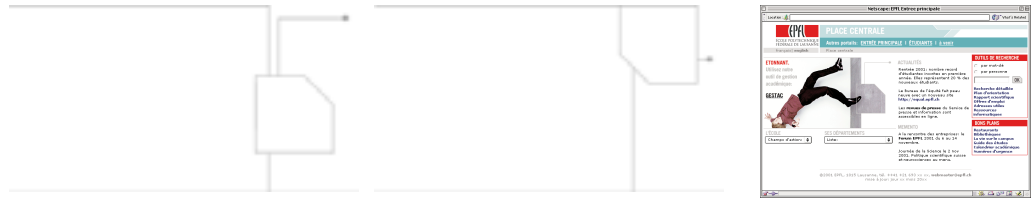


Le visuel de gauche a été sélectionné en liaison avec le lancement d'une nouvelle stratégie.

De toute évidence, l'image de droite a été extraite d'une image bancaire. Décalée oui, mais ni interpellante ni intéressante.

2. Intégration dans un cadre

Il existe deux cadres de base utilisables pour les visuels occupant deux colonnes. Il est recommandé de les utiliser en fonction de la mise en page. Cependant, il est autorisé d'en créer de nouveaux tant que la ligne graphique est respectée. Les traits accompagnés d'un point ne sont pas décoratifs mais marquent le début d'un texte qui n'a pas obligatoirement un lien avec l'image.



3. Intégration du texte

Le texte doit être court et rapidement décodable. Un ou deux mots-clés doivent ressortir. Le texte doit compléter l'image, mais en aucun cas l'écraser. Il faut également éviter de placer du texte directement sur le sujet central.

Couleurs autorisées pour le texte : le rouge FF0000, le noir, le blanc et les nuances de gris. Police: Trade Gothic Bold

Le texte interpelle l'utilisateur. Les messages doivent être suffisamment clairs pour permettre à l'utilisateur de savoir où il se dirigera en cliquant sur l'image, et assez intrigants pour susciter l'intérêt. Inutile de donner trop de détails à ce niveau.

Exemples d'intégration de texte dans un visuel:

Dans le cas de la journée Polyarchitecture, l'utilisateur n'a pas besoin à ce stade de connaître les organisateurs ou de prendre connaissance d'un résumé du programme.



Les textes doivent interpeller l'utilisateur. Il est vivement conseillé de s'adresser directement à lui. Dans le cas du visuel sélectionné pour l'Intranet, le message choisi (Les corridors sont pleins de collègues fabuleux. Les connaissez-vous tous?) est préférable à un texte long et moralisateur.

