

FORMATION ADMINISTRATIVE



# Communication

I. Exploration des bases

COMMUNIQUEZ SUR VOS  
ASSOCIATIONS ET VOS ACTIONS  
EN VOUS INSCRIVANT DANS UNE  
IDENTITÉ VISUELLE

## FORMATION COMMUNICATION

### I. Exploration des bases

- 3 Introduction
- 4 Principes de base
- 7 Symbolique des éléments
- 9 La typographie
- 11 Type de support
- 13 Charte graphique
- 15 Travail dirigé
- 17 Les outils adaptés
- 18 Les visuels
- 19 Équilibre et proportions
- 21 Le design, une "fashion victim"

# INTRODUCTION

L'Image a été de tout temps un vecteur de transmission.

Des premières peintures rupestres à la réalité virtuelle augmentée, en passant par les écritures cunéiformes, les hiéroglyphes ou encore la calligraphie chinoise, la transmission iconographique a largement contribué à la divulgation et la promotion du savoir, de la connaissance et de la culture. Les premières "publicités" date de 1000 av J.C. Elles apparaissent dans des fresques à la gloire des gladiateurs, des combattants et des dirigeants.



Dans la perspective de créer ensemble un flyer répondant à un cahier des charges donné et devant s'inscrire dans une identité visuelle existante, nous allons engager une approche dirigée, à l'aide d'axes de réflexion précis ayant pour but la construction la création et la finalisation d'un visuel de communication.

ISSY en  
SCÈNE 2024

### Questions préalables pour une bonne communication visuelle

Trois questions sont essentielles pour réussir sa communication visuelle:

- ❖ Le public visé : qui est-il ? quelle catégorie sociale ? pour quelle tranche d'âge ?
- ❖ Le moment où le public doit être atteint par la communication : quand il fait ses achats en ville, quand il est sur la route, quand il va à son travail, quand il ouvre son courrier, etc.
- ❖ Quels sont les informations essentielles qui doivent être communiquées ? Quel est le coeur du message ?

Ceci est vrai qu'il s'agisse de la communication visuelle d'un produit, d'une boutique, d'un événement associatif ou sportif, d'une marque, etc.

### Les supports utilisés par la communication visuelle

La communication visuelle peut être véhiculée par un ou un ensemble de supports comme :

- ❖ l'enseigne ;
- ❖ la publicité sur point de vente ;
- ❖ le marquage véhicule ;
- ❖ l'affichage publicitaire ;
- ❖ les documents publicitaires (papier ou numérique);
- ❖ l'emballage des produits, etc.

### Les Objectifs de cette communication

Quel que soit le support publicitaire utilisé, les objectifs de la communication visuelle répondent toujours aux mêmes besoins :

- ❖ d'accrocher le client, de le séduire, de le convaincre, de le rassurer, de l'informer,
- ❖ de faire connaître une marque, un produit, un événement pour, finalement, inciter à la consommation.

## Les 6 règles de base en communication visuelle

L'essentiel, c'est d'être **vue par les bonnes personnes au bon moment.**

La communication visuelle participant à l'efficacité d'une publicité, doit être accrocheuse afin de séduire le public et susciter chez lui le désir et l'envie de consommer.

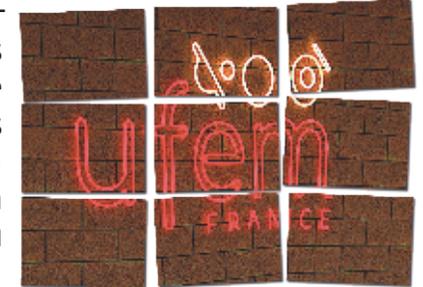
Que ce soit pour le design graphique d'une affiche, d'un flyer, d'une couverture ou de la mise en page d'un document, d'un site Web ou de tout autre visuel, derrière un résultat quasi optimal se cachent quelques règles qui contribueront à créer un maximum d'impact.

## Une mise en page favorisant l'équilibre

# 1

Une mise en page réussie est toujours équilibrée. L'utilisation de la règle des tiers est d'une grande utilité lorsqu'il s'agit de concevoir une mise en page idéale. Elle constitue l'une des conventions de base en photographie.

On imagine la surface divisée en neuf parties égales, par deux lignes horizontales et deux lignes verticales à distance égale. On dispose alors les éléments importants de la composition le long de ces lignes ou de leurs intersections.



## Un parcours visuel qui respecte l'œil

# 2

Comment se comportent nos yeux lorsque nous regardons une image ? Notre regard explore toujours quatre points en particulier, et ce, de manière séquentielle. Nos yeux ont toujours tendance à bouger dans le sens des aiguilles d'une montre en arpentant la surface supérieure gauche d'une image pour se terminer dans le quadrant inférieur droit de celle-ci. C'est ce que l'on appelle «la lecture en Z», une logique apprise par le conditionnement à la lecture.

## La personnalité des typographies



Les caractères typographiques utilisés dans une composition peuvent diminuer ou renforcer le sens d'un texte. Les deux grandes familles de caractères sont les polices de caractère avec empattements (sérifs) et sans empattements (sans sérif). Les empattements sont les petites pointes présentes dans le dessin des caractères.

## Le bon alignement

# 4

L'alignement est la disposition du texte par rapport aux marges et aux colonnes d'une page. Les deux alignements les plus couramment employés sont l'alignement en drapeau à gauche et l'alignement justifié, ou en alinéa.

## Le symbolisme des couleurs

Chaque couleur a une signification cachée et exerce ses influences à un niveau inconscient.

# 5

## Les zones de repos

# 6

Dans une conception graphique, les zones de blanc sont appelées « zones de repos » parce qu'elles permettent à l'oeil de se reposer, afin qu'il puisse recevoir l'information tout en étant dans un état favorable pour poursuivre la lecture et la réception de nouvelles informations.

Par exemple, un document présentant une mise en page claire et simple attirera notre attention tandis qu'il sera repoussant si la mise en page est surchargée. Les mises en pages aérées permettent la mise en valeur des titres, des textes et des images tout en facilitant la lecture des contenus. Aussi, il est important de conserver une zone de dégagement sans image et sans texte autour des logos ou des signatures graphiques pour que ceux-ci soient toujours mis en valeur et facilement repérables.



# SYMBOLIQUE DES ÉLÉMENTS

## Symbolique des formes

### Ligne ou figure géométrique

Comme les couleurs, les formes influencent notre perception des choses qui nous entourent. Que ce soit dans le design industriel, dans les meubles ou le monde de l'automobile, le carré ou le cercle, la ligne droite ou la courbe, sont omniprésents.

Il en est de même dans le design graphique. Bien que leur signification est quelque peu différente s'il s'agit de la création de visuel de communication ou celle d'un logo, notre cerveau analyse ces formes consciemment ou inconsciemment.

#### Les lignes

**Droites** : la simplicité, la rigueur, la détermination,

**Horizontales** : l'horizon, la stabilité, le calme, le repos, la tranquillité, d'ouverture,

**Verticales** : le Divin en reliant le supérieur et l'inférieur, le lien entre le ciel et la terre, la force, la dignité, la vérité, la rigidité, l'immobilisme,

**Diagonales** : un mouvement, une progression, une ascension, le dynamisme,

**Courbes** : la plénitude, le dynamisme, le mouvement, la féminité,

**Brisées** : l'agitation, la confusion.

**Convergentes** : la rencontre, le choc

**Divergentes** : l'expansion, l'éloignement

**Sécantes** : la solidarité, le partage.

#### Les formes

**Demi-sphère ou demi-cercle** : le ciel, le visible et l'invisible, la féminité,

**Le demi-carré ou carré** : la terre, l'Homme, la perfection, la solidité, la stabilité, l'objectivité,

**Le rectangle horizontal** : la stabilité, le calme, le repos,

**Le rectangle vertical** : la puissance, la force, le dynamisme, l'assurance, la grandeur,

**Le cercle** : le tout fini et infini, l'unité, la perfection, l'éternité, l'universalité,

**Le losange** : le passage, l'échange, la magie,

**Le triangle** : la sainte trinité, l'unité, l'harmonie, la proportion, la sécurité, l'équilibre,

**L'ovale** : la féminité, la vision,

**La spirale** : l'énergie physique et spirituelle, le dynamisme,

**L'anneau** : l'éternité, l'union,

**La pyramide** : la hiérarchie, l'ascension.

# SYMBOLIQUE DES ÉLÉMENTS

## Symbolique des couleurs

### Les significations cachées

La couleur à une grande influence sur notre perception et nos comportements. De plus, la couleur est la composante visuelle que l'on assimile le mieux et se remémore le plus, avant les formes et les mots.



# LA TYPOGRAPHIE

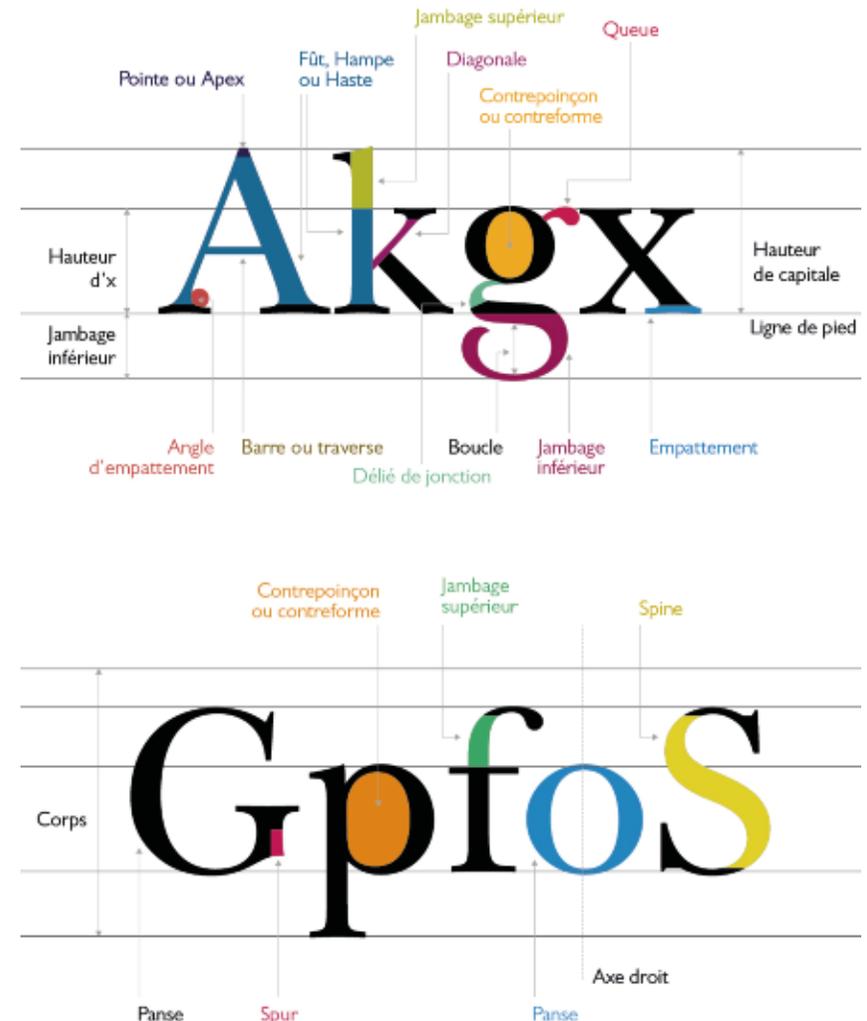
## Vocabulaire

La typographie est un art millénaire que l'Homme a inventé dans le but de communiquer. Aujourd'hui, elle consiste en un processus d'arrangement des caractères, mais également en leur création afin de fournir ou d'étoffer un système de signes graphiques reconnaissables.

De mutations en mutations, la typographie s'est transformée au fil des siècles et des millénaires. Les premiers signes sont basés sur la représentation d'un mot ou d'une idée sous forme figurative ou faiblement abstraite. Ils ont ensuite progressivement évolué avec des différences importantes selon les régions du monde, pour arriver à un système d'écriture qui représente les phonèmes de notre langue, c'est à dire ses sons.

## Anatomie d'une 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 : oeil, panse, corps, ligne de pied ou encore jambage...



## Familles de caractères

### Familles de caractères

Lorsque l'on souhaite choisir un caractère, il est très pratique de travailler avec les familles de caractères.

Elles permettent de dégager des éléments caractéristiques qui font le style de la typographie et de mieux choisir, en fonction du message que l'on souhaite passer.

Il est utile de rappeler que le choix de la famille de caractère a une grande incidence sur la perception que l'on a du message car le fond d'un message est servi (ou desservi) directement par sa forme.

Il existe plusieurs façons de classer les polices de caractère. Les plus courantes sont la classification Thibaudeau et la classification Vox-Atypi

### La classification Vox-Atypi

#### Les Humanes

Elles sont caractérisées par des empattements courts et épais. Elles possèdent également un contraste faible entre les pleins et les déliés pour une épaisseur pratiquement uniforme.

#### Les Garaldes

Les empattements triangulaires et les contrastes nets entre les pleins et les déliés les caractérisent. Elles sont conçues par simplification des humaines.

#### Les Réales

Les réales sont des garaldes plus géométrisées. Elles sont caractérisées par des empattements et des contrastes entre pleins et déliés assez francs.

#### Les Didones

Elles sont caractérisées par des empattements extrêmement fins et des contrastes maximum entre les pleins et les déliés. Il en ressort une impression de grand raffinement.

#### Les Mécanes

Elles sont caractérisées par des empattements rectangulaires qui leur donnent un côté industriel. Aujourd'hui, on les rattache régulièrement à l'époque du Far West.

#### Les Linéales

Elles sont caractérisées par une absence d'empattement. On les appelle également sans-serif en anglais.

#### Incises

Elles sont caractérisées par des terminaisons qui s'élargissent, comme des pantalons « patte d'éph » et des empattements petits et rectangulaires. Elles évoquent la gravure sur la pierre ou le métal.

#### Scripts

Leur ressemblance avec les tracés d'une écriture à main levée les caractérisent. Les lettres sont régulièrement dans un style « attaché », c'est à dire que les lettres se connectent les unes aux autres.

#### Manuaires

Les manuales sont les écritures antérieures à la typographie, tracées à la plume, mais également des créations plus contemporaines où le tracé manuel est prépondérant.

#### Fractures

Elles sont caractérisées par des formes très anguleuses. Ce sont les fameuses « Gothiques ». Elles sont encore très utilisées dans le monde du journalisme et couramment ré-utilisées dans la mouvance hip-hop.

# TYPE DE SUPPORT

## Lequel choisir

Les supports de communication visuelle englobent plusieurs types d'éléments, qu'ils soient destinés à l'intérieur ou l'extérieur, ils peuvent avoir différents objectifs :

- Faire de la publicité
- Vous apporter de la notoriété
- Guider ou informer les visiteurs
- Refléter l'identité de votre marque ou association
- Vous démarquer de la concurrence
- Donner une identité visuelle à vos locaux

Concevoir des supports consacrés à votre communication est essentiel afin d'être vus au bon moment et par les bonnes personnes.

Votre image de marque doit être mise en avant, vos messages être lisibles, en respectant votre charte graphique et votre identité visuelle.

## Les supports de communication visuelle publicitaires

Ces supports publicitaires peuvent être classés en deux groupes : les supports médias (mailing, radio, télévision, cinéma...) et les supports hors médias (les supports print ou supports papier, les PLV (publicité sur le lieu de vente), les événementiels...).

Leurs objectifs peuvent varier suivant le secteur d'activité mais en général il est courant de devoir promouvoir ses services ou ses événements.

Kakemono, roll'up, porte affiches ou porte brochures, totems publicitaires, marquage véhicule, bache imprimée, impressions de badges nominatifs, bannières ou banderoles publicitaires... Une large gamme de produits vous sont proposés par les prestataires spécialisés, pour l'intérieur comme l'extérieur.



# TYPE DE SUPPORT

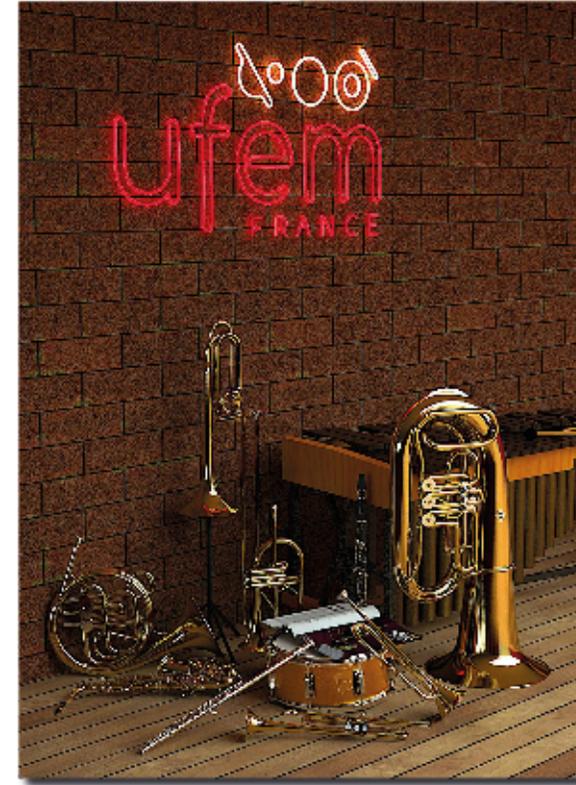
## Les supports de communication visuelle signalétiques

La signalétique quant à elle joue un rôle primordial dans le partage d'information. En effet, elle assure la communication globale en orientant et en informant des visiteurs, prospects, clients ou partenaires.

C'est l'un des supports les plus efficaces pour la communication et la plus adaptés aux lieux pouvant recevoir du public, elle est capable d'attirer l'attention, de promouvoir son image et de faire passer un message.

La personnalisation de l'ensemble des supports au design graphique de votre groupe peut renforcer ses objectifs en créant ainsi une véritable identité visuelle homogène et cohérente.

La signalétique comporte plusieurs types de supports, intérieurs et extérieurs, qui peuvent tous être créés sur mesure tout en représentant l'univers visuel : Pictogrammes, lettres ou formes découpées de vos logos, totems signalétiques, plaques directionnelles, enseignes lumineuses, marquage au sol...



## Les supports de communication visuelle décoratifs

La communication visuelle passe également par la création de supports imprimés décoratifs.

Personnalisés, ces supports imprimés conçus avec la déclinaison de votre univers graphique, peuvent contribuer à marquer les esprits de vos visiteurs, lecteurs ou internautes et leur donner un aperçu d'un ensemble de produits ou services.

Voici plusieurs éléments visuels : la vitrophanie pour la décoration de votre vitrine, des adhésifs muraux ou pour meubles, toiles tendues, papiers peints ou autres décors créatifs en tout genre...

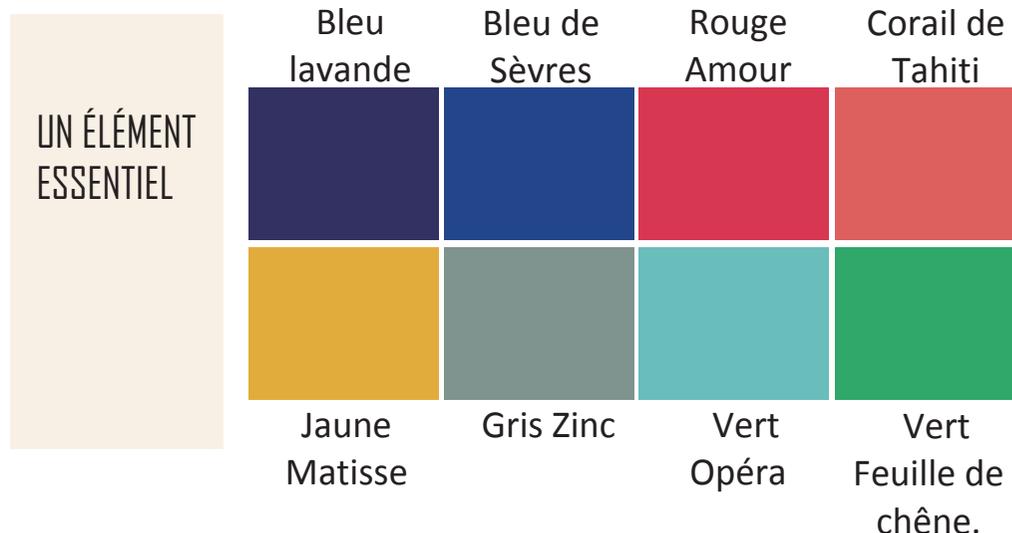
# CHARTRE GRAPHIQUE

La charte graphique désigne un document de référence synthétisant l'ensemble des règles fondamentales graphiques. Ces éléments sont constitutifs de son identité visuelle : logo, polices de caractères, codes couleurs, éléments visuels, signes graphiques, etc.



## La couleur

La palette principale regroupe les trois couleurs identitaires: le noir, le blanc et l'or en référence à l'emblème. Huit autres couleurs emblématique de la France traduisent l'énergie et l'enthousiasme de l'événement : Bleu lavande, Bleu de Sèvres, Rouge Amour, Corail de Tahiti, Jaune Matisse, Gris Zinc, Vert Opéra, Vert Feuille de chêne.



## PARIS 2024 par l'Exemple

### Les 5 ingrédients du Désign

L'emblème de Paris 2024 associe trois symboles iconiques pour incarner des Jeux humains et fraternels. Et parce que les Jeux Olympiques et Paralympiques sont les deux faces d'une même pièce, pour la première fois en 2024 ils partagent le même logotype, symbole d'une même vision et d'une même ambition.

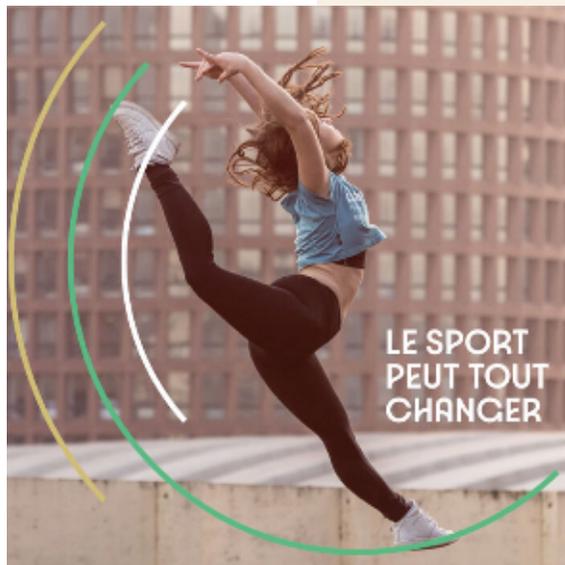
### La Typographie

# PARIS 2024

UNE  
ELEGANCE  
A LA  
FRANCAISE

La Typographie PARIS 2024 emprunte son élégance au style Art Déco et son énergie à celle du sport. La rencontre tantôt puissante, tantôt délicate, minimale et épurée, conjugue fluidité et solidité en opérant un rapprochement inédit entre culture et performance sportive.

### L'iconographie



TOUT EN  
MOUVEMENT

**LE SPORT  
PEUT  
TOUT  
CHANGER**



OUVERTE A  
TOUS LES  
POSSIBLES

Le dessin de l'arche, élément structurant du territoire Paris 2024, est une version géométrique et minimale de l'Arc de triomphe, basée sur des formes simples. Flexible et cohérente, elle nous ouvre à de multiples registres visuels : épiques, joyeux, dynamiques, rupturistes et souvent poétiques.

### L'arche

À la fois geste architectural, ouverture sur le monde, clin d'oeil au style Art Déco et triomphant symbole de victoire, l'arche est à la croisée des influences et des références culturelles.

## Cahier des charges

Dans la perspective des Jeux olympiques et paralympiques de PARIS 2024, l'Union des fanfares et ensembles musicaux souhaite associer et impliquer les fanfares de l'ensemble du territoire français dans cette grande fête populaire.

Dès maintenant, et en collaboration avec le Musée Français de la Carte à Jouer d'Issy-les-Moulineaux, l'Ufem met en oeuvre un dispositif conséquent de communication s'adressant à tous les membres des associations et fédérations affiliés à l'Ufem, mais également dédiés, en externe, aux habitants d'Issy-les-Moulineaux & environs intéressés par le projet **ISSY en SCÈNE 2024**.

Parmi plusieurs événements constituant ces trois jours de fêtes du 5-6-7 juillet 2024, notre communication visuelle concernera plus spécifiquement :

### Les animations d'Issy Cœur de ville :

Samedi 12h30-13h30 & 20h00-21h00 / Dimanche 11h30-12h30

Chaque ensemble participant à la rencontre musicale de l'Ufem effectue une animation au centre-ville sur un des créneaux indiqués;

### Le concert et la création musicale au Palais des sports :

Dimanche 15h00

Ce concert clôture l'épopée musicale de l'Ufem dans un bouquet final avec des œuvres composées sur le thème de l'olympisme et une création écrite pour l'occasion.

Dans cet objectif, nous allons engager ensemble, une approche dirigée, à l'aide d'axes de réflexion précis ayant pour but la construction, la création et la finalisation d'un visuel de communication qui sera à disposition du public dans les bars, les commerces, les lieux pouvant recevoir du public de la ville d'Issy-les-Moulineaux.

## VISUEL ISSY en Scène 2024



# TRAVAIL DIRIGÉ

## Charte graphique simplifiée

- Identité visuelle de l'Ufem
- Identité visuelle spécifique à ISSY en Scène 2024.



## VISUEL ISSY en Scène 2024

COMFORTAA REGULAR	comfortaa regular
COMFORTAA REGULAR ITALIC	comfortaa regular italic
COMFORTAA BOLD	comfortaa bold
COMFORTAA BOLD ITALIC	comfortaa bold italic

	Pourpre	C16 M100 J64 K33	R155 G45 B69
	Ocre	C17 M39 J79 K5	R209 G160 B91
	Gris	C52 M44 J44 K8	R127 G127 B127



## Données supplémentaires



## LES OUTILS ADAPTÉS

### L'INFOGRAPHIE

**Ce sont les visuels qui ont la côte**

En effet, les informations passent mieux au travers d'un support graphique que d'un support rédigé.

L'infographie fait partie des formats en vogue actuellement. Elle permet non seulement de diffuser son message de manière visuelle, mais aussi de démontrer son expertise et d'asseoir sa crédibilité.

L'infographie est un visuel à forte valeur ajoutée qui permet de simplifier une information complexe et de communiquer autrement. Cet outil permet d'attirer l'attention et mettre en avant des données de manière claire et efficace.

Il existe sur le Web une multitude de prestataires qui permettent la création d'infographie en ligne, comme Canva ou PikToChart pour ne citer que cela. Certains proposent des versions gratuites et/ou payantes. La création s'appuie presque toujours sur des modèles existants.

### LES LOGICIELS GRAPHIQUES

**Des valeurs sûres en toute autonomie.**

Il existe des logiciels de graphisme gratuits ou payants très performants.

Que vous soyez un graphiste amateur ou expérimenté, choisissez le logiciel de conception graphique le plus adapté à votre manière d'appréhender l'outil et à vos besoins pour réaliser vos contenus visuels.

### LES CREATIONS SPECIFIQUES

Pour la création de visuels spécifiques, comme les roll'up, les marquages sur voiture, les impressions sur support publicitaire, etc... les prestataires proposent généralement sur leur site internet soit un mode d'emploi à télécharger, soit des gabarits en ligne ou il suffit de suivre à la lettre la description d'utilisation.

### images, dessin, photos, ...

## Une image vaut mille mots

Le cerveau humain appréhende beaucoup plus rapidement une image qu'un texte, et la retiendra plus facilement.

Une image suscite une émotion et apporte du sens. Elle doit compléter votre message, tout en véhiculant les valeurs que vous souhaitez renvoyer.

A ce titre, cette image doit être sélectionnée avec soin et la même rigueur que tous vos autres contenus. Gardez en tête que l'œil humain est matraqué d'images et d'informations en permanence... Une bonne image doit interpeller votre lecteur.

### Attention à la taille et à la résolution de votre image.

Les besoins ne sont pas les mêmes pour l'impression que pour le Web.

Utiliser une image destinée au Web sur un document à imprimer risque de vous réserver des surprises.

- Pour le Web et les réseaux sociaux, une résolution maximum de 96-100 DPI est recommandée pour des raisons de poids de document (espace de stockage).
- Pour un document imprimer de façon domestique (imprimante, copieur,...) privilégier une résolution minimum de 150 DPI.
- Les techniques d'impression actuelles imposent une résolution d'au moins 300 DPI et un jeu de couleur CMJN et non RVB.
- Pour les autres supports, se renseigner avant chez le prestataire ou le fabricant pour les supports audio-visuel, les écrans géants ou les affichages urbains par exemple.

### Attention au “pompage” dans Google images

**Une image a toujours un auteur.**

Se servir d'une image sans autorisation est une violation du droit d'auteur. Cela peut vous coûter très cher, tant en termes de budget que d'image de marque.

### Oui, les photos de votre smartphone sont géniales... mais (généralement) pas pour votre com !

Loin l'idée de critiquer votre appareil et / ou votre œil d'artiste...

Ce n'est pas l'appareil qui fait le photographe.

### La qualité au premier plan

Qu'ils s'agissent d'infographies ou de photographies, les images que vous présentez doivent être de qualité professionnelle. Si vous ne détenez pas vous-même ses compétences d'autres options s'offrent à vous :

- faire appel à un prestataire professionnel (nécessite un certain budget) ;
- se tourner vers les banques d'images libres de droits.

**Attention :** dans les banques d'images (notamment gratuites) renseignez-vous sur la licence accordée. La contrepartie à la gratuité peut consister à créditer l'auteur.

# EQUILIBRE & PROPORTIONS

## Composition visuelle efficace

Contrairement à ce que l'on peut penser, le beau n'est pas qu'une histoire du goût, mais d'abord une histoire d'efficacité. Le fait que ce soit beau en est une conséquence.

L'une des clés, c'est l'organisation et la hiérarchisation du contenu. Quel est l'élément le plus important ? Que souhaite-t-on que le lecteur remarque en second, puis en troisième ?

La hiérarchisation des éléments et leur organisation permettent de diriger le regard du lecteur. Il va s'agir de donner plus ou moins d'importance aux éléments qui vont composer un support de communication.

Ces règles participent à composer des designs efficaces et esthétiques, en mesure d'attirer l'attention afin de délivrer efficacement un message, une information.

Union des fanfares  
et ensembles musicaux

ISSY en  
SCÈNE 2024

**ÉPOPÉE  
MUSICALE  
UFEM  
GAMES**

Printemps - Été  
Partout en France  
**6 & 7 juillet 2024**  
Issy-les-Moulineaux

Ensembles musicaux  
Musicien·nes individuel·les

Plus d'informations  
ufem.fr/2024

ufem  
FRANCE

ISSY

# EQUILIBRE & PROPORTIONS

## La taille pour impacter la visibilité

Jouer avec la taille est un bon moyen pour mettre l'accent sur les éléments visuels. De façon générale, les éléments plus grands attirent davantage l'attention que les éléments plus petits. Ainsi, les éléments les plus importants, qu'il s'agisse de mots ou d'images, sont non seulement les plus visibles, mais ils véhiculent également un message plus fort.

Dans le premier exemple notez comment le plus grand visuel (Epopée musicale - Ufem games) est tellement frappant qu'il en est presque agressif.

La réponse émotionnelle du lecteur est plus susceptible de concerner cet éléments que les autres sur l'affiche.



Dans le second exemple l'élément visuel le plus grand devient les hexagones représentant les fanfares et ensembles musicaux de l'Ufem.

Le premier concerne une première communication sur l'événement ou l'on veut mettre l'accent sur l'existence de la manifestation, alors que le second qui est la deuxième com concernant ISSY en SCÈNE, on privilégie la notion de rassemblement, de fédération des forces vivent pour cet événement.

## Nouvelle année, nouvelles esthétiques

Les tendances graphiques de cette année reflètent une aspiration à plonger dans d'autres univers, qu'ils soient fantastiques, futuristes ou nostalgiques...

L'année dernière, après une longue période de pandémie, le design favorisait un retour vers des ambiances nostalgiques et des formes colorées.

Cet optimisme retrouvé demeure en 2023.

Si certains axes créatifs sont tournés vers la technologie en incitant à explorer l'inconnu, d'autres au contraire réagissent au sentiment antisystème, en développant des styles autour de l'évasion et de l'innovation rebelle.

## Les tendances

- 1 Le mysticisme
- 2 Le risographe ré imaginé
- 3 Le renouveau du punk
- 4 Le line art rétro
- 5 Le surréalisme à l'aérographe
- 6 Le folklore botanique
- 7 Le psychédéisme de l'espace
- 8 La dimension mixte
- 9 Les graphismes acides
- 10 L'évasion expérimentale
- 11 Les dégradés abstraits



## Le mysticisme

Dans le contexte du design, le mysticisme implique une iconographie liée à l'astrologie et à la divination et s'appuie fortement sur le symbolisme populaire conférant au monde naturel et céleste une signification occulte et profonde.



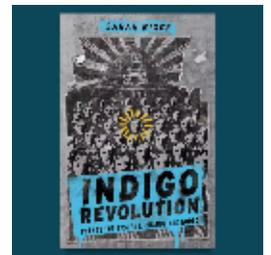
## Le risographe ré-imaginé

Le risographe ou duplicopieur est une technique d'impression développée au milieu des années 80 au Japon. Elle a ouvert la voie à l'impression en masse bon marché en utilisant des points et des couleurs désaturées, avec pour résultat des images souvent granuleuses et involontairement stylisées avec des doubles expositions.



## Le renouveau du punk

Mouvement de contre-culture rebelle dont les racines remontent aux années 1920. Depuis lors, il n'a jamais vraiment disparu. Il est né en marge de la société et y persiste. Mais en 2023, on assiste à un renouveau de son attrait pour les masses, car les gens ordinaires trouvent de nombreuses raisons de s'insurger contre les systèmes défailants.



# LE DESIGN : “FASHION VICTIM”

## Le line art rétro

En 2023, de nombreux designers se tournent vers le line art minimal pour créer des illustrations humoristiques et amusantes. C'est un style rétro qui recrée le souvenir nostalgique du dessin au feutre



## Le surréalisme à l'aérographe

Le surréalisme est une approche du design toujours aussi populaire pour sa nouveauté et sa bizarrerie inventive sans fin. Mais en 2023, le surréalisme s'associe de manière inattendue aux techniques d'aérogaphie des années 80, en superposant de doux filtres rétro à une imagerie étrange et chimérique.



## Le folklore botanique

La nature revient souvent dans les motifs, car les mélanges de feuilles, de fruits et de vignes créent des compositions très vivantes. En 2023, les motifs inspirés de la nature deviennent moins raffinés grâce à des gribouillis bancals, des textures grossières et des couleurs incongrues.



## Le psychédélicisme de l'espace

En 2022, le psychédélicisme des années 60 a fait son retour dans le design graphique par le biais de l'évasion, attirant le public dans des mondes denses et colorés. En 2023, la tendance poursuit cet élan vers l'infini et au-delà, mais cette fois à travers le psychédélicisme spatial.



## La dimension mixte

Plus nous passons de temps en ligne plutôt que dans la réalité, plus les frontières entre les deux peuvent sembler floues. En 2023, les graphistes font voler en éclats cette frontière en intégrant des illustrations numériques à des photographies réelles.



## Les graphismes acides

Les designs grunge de l'an 2000, sont la prochaine étape du renouveau de l'esthétique. Des textures sinistres, des couleurs métalliques, des grilles brisées et des formes amorphes privilégient l'obscurité aux bons souvenirs, étant donné qu'elle est née de la sous-culture gothique de la fin des années 90.



## L'évasion expérimentale

L'évasion est devenue un thème dominant en design graphique, car les créatifs cherchent à attirer le public dans des mondes envoûtants et imaginatifs. La tendance est toujours aussi forte en 2023, mais l'évasion devient maintenant expérimentale.



## Les dégradés abstraits

Les dégradés, ou transitions de couleurs, sont à la mode depuis un moment déjà, et pourtant, ils parviennent en quelque sorte à nous tenir en haleine chaque année. Les dégradés de 2023 ne font pas exception : cette fois, ils s'expriment dans des formes abstraites et se diffusent dans des flous et la fluorescence.





---

U N I O N  
D E S F A N F A R E S  
E T E N S E M B L E S  
M U S I C A U X

---

## SOURCES & CRÉDITS

- Site officiel des J.O. PARIS 2024  
*[paris2024.org/fr/](https://paris2024.org/fr/)*  
*[paris2024.org/fr/olympiade-culturelle/](https://paris2024.org/fr/olympiade-culturelle/)*
- [google.com/maps/](https://google.com/maps/)
- Support de formation Multigraph  
*[multigraph.com](https://multigraph.com)*
- [99designs.fr/blog/tendances/tendances-design-graphique/](https://99designs.fr/blog/tendances/tendances-design-graphique/)
- [nundesign.fr/fondamentaux-graphiques](https://nundesign.fr/fondamentaux-graphiques)
- Un remerciement particulier à Arnaud,  
qui m'a autorisé à utiliser ses visuels sur la symbolique des  
couleurs.