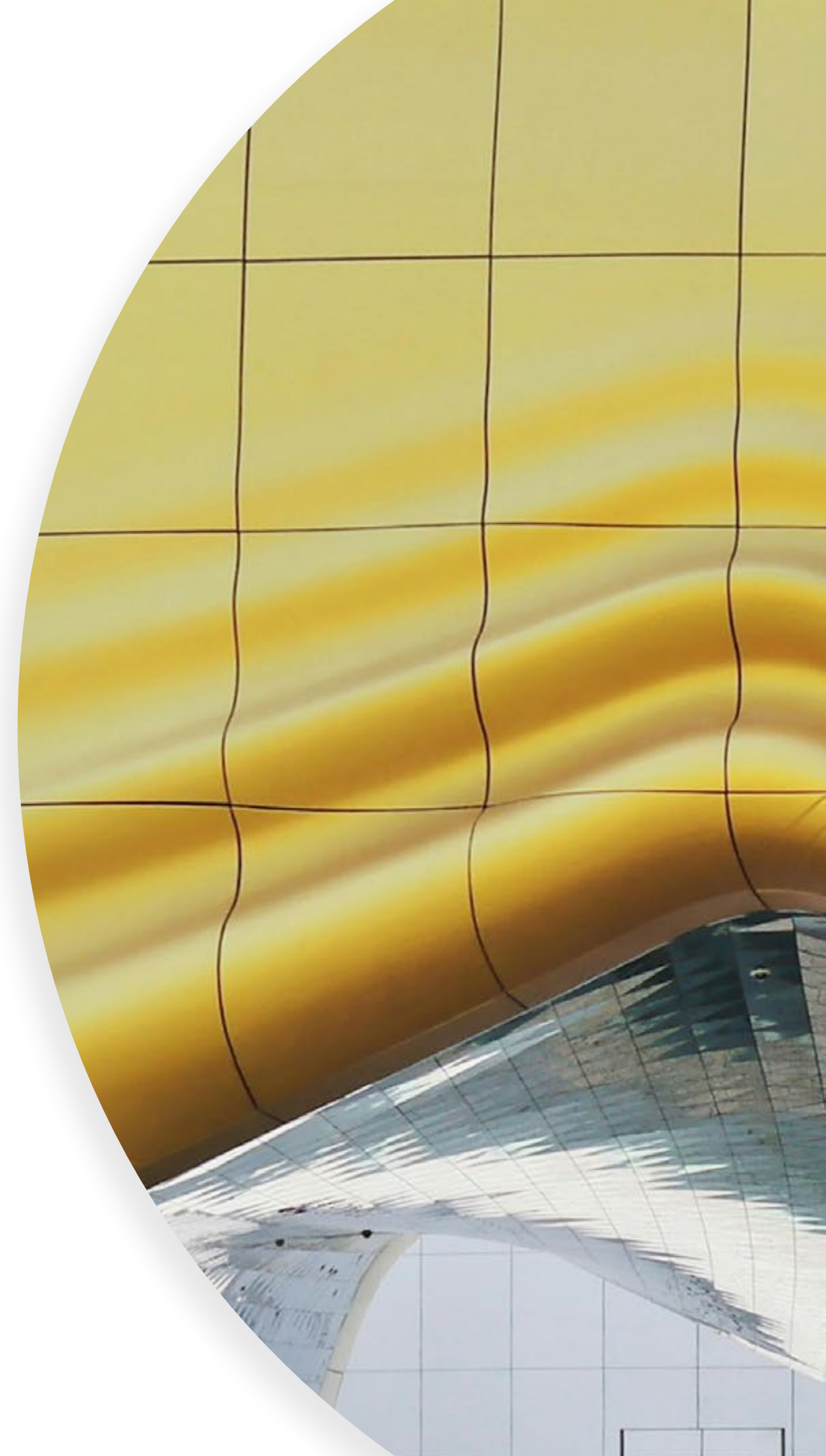


L’AFFICHE : DE SA CONCEPTION À SA DIFFUSION

CONCEPTION • MISE EN PAGE • DIFFUSION

by Adrien Christian Royet



CONCEPTION



poser les fondations

Quelle est notre **problématique** ?

Quel est le **sujet** dont on traite ?

Quel est notre **objectif** ?

Quelle est notre **audience** ?

Quand allons-nous diffuser le support ?

Où allons-nous diffuser le support ?

CONCEPTION ...

poser les fondations

Quelle est notre **problématique** ?

Quel est le **sujet** dont on traite ?

Quel est notre **objectif** ?

Quelle est notre **audience** ?

Quand allons-nous diffuser le support ?

Où allons-nous diffuser le support ?

COMMENT sensibiliser à l'utilisation du gel hydroalcoolique **ALORS QUE** le produit est payant ?

CONCEPTION ...

poser les fondations

Quelle est notre **problématique** ?

Quel est le **sujet** dont on traite ?

Quel est notre **objectif** ?

Quelle est notre **audience** ?

Quand allons-nous diffuser le support ?

Où allons-nous diffuser le support ?

Quelques exemples :

- rejet des conventions
- créer une demande, un besoin
- débanalisation du produit/service
- ...

CONCEPTION ...

poser les fondations

Quelle est notre **problématique** ?

Quel est le **sujet** dont on traite ?

Quel est notre **objectif** ?

Quelle est notre **audience** ?

Quand allons-nous diffuser le support ?

Où allons-nous diffuser le support ?

Les bonnes questions :

- professionnels ou particuliers ?
- hommes, femmes, ou enfants ?
- 15-25ans ? 25-35ans ? 35-45ans ? ...
- ...

CONCEPTION ...

poser les fondations

Quelle est notre **problématique** ?

Quel est le **sujet** dont on traite ?

Quel est notre **objectif** ?

Quelle est notre **audience** ?

Quand allons-nous diffuser le support ?

Où allons-nous diffuser le support ?

Penser à l'affichage :

- dans un espace public ou privé ?
- en papier ou digital ?
- panneaux publicitaires ? Lesquels ?
- ...

CONCEPTION ...

poser les fondations

Quelle est notre **problématique** ?

Quel est le **sujet** dont on traite ?

Quel est notre **objectif** ?

Quelle est notre **audience** ?

Quand allons-nous diffuser le support ?

Où allons-nous diffuser le support ?

éléments importants

Le logo • le message • les mécènes
• l'illustration ou l'image • le nom de
l'événement ou de la campagne.

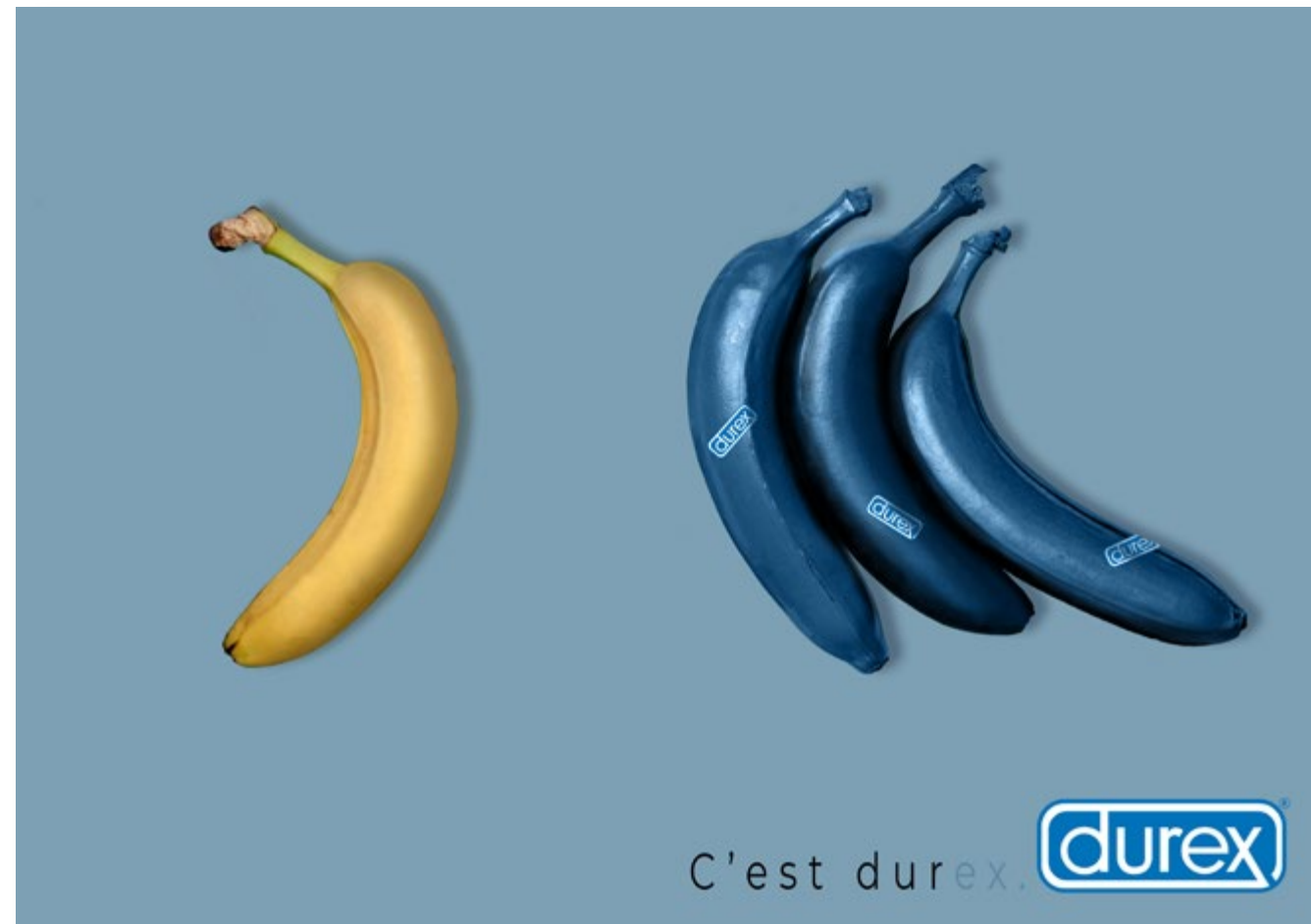
CONCEPTION ...

MISE EN PAGE



direction artistique

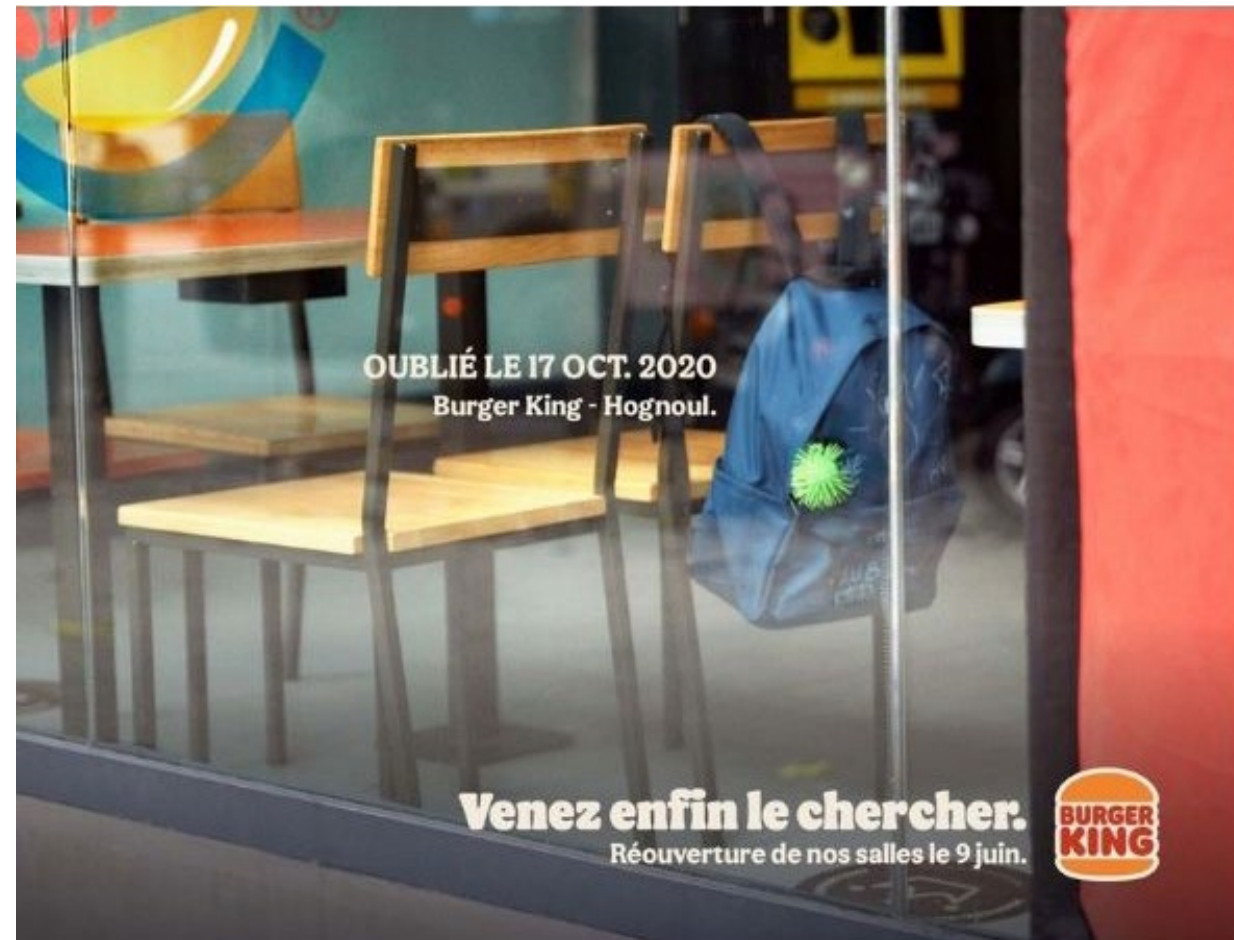
L'image prédomine.



MISE EN PAGE ...

conception-rédaction

Le message et la composition prédominent.



MISE EN PAGE ...

sens de lecture et composition

Lecture en Z



Le plus courant, suivant le sens de lecture, et terminant par le logo.

Lecture pyramide



Sentiment d'élévation et d'importance.

MISE EN PAGE ...

sens de lecture et composition

Focalisation



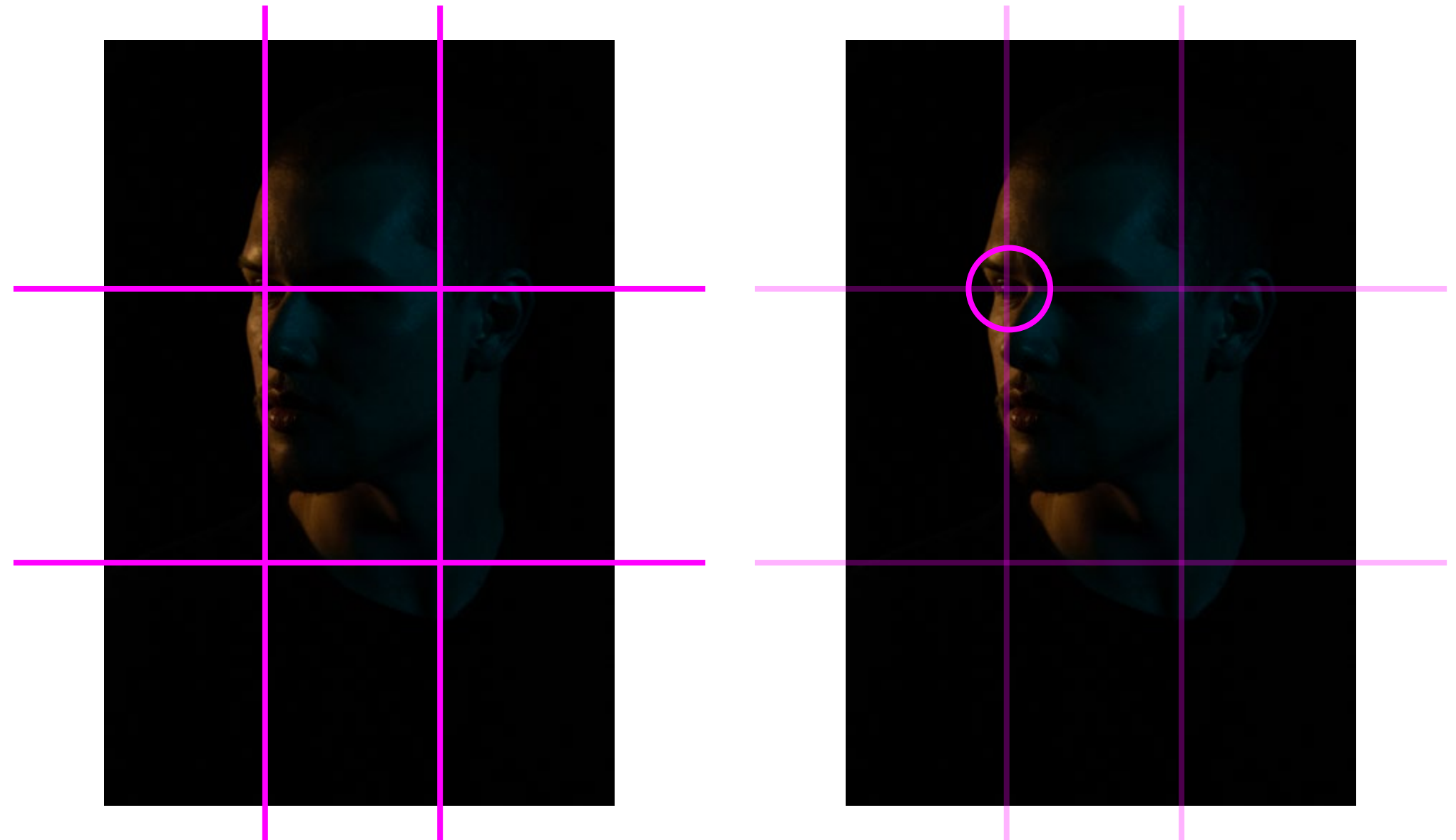
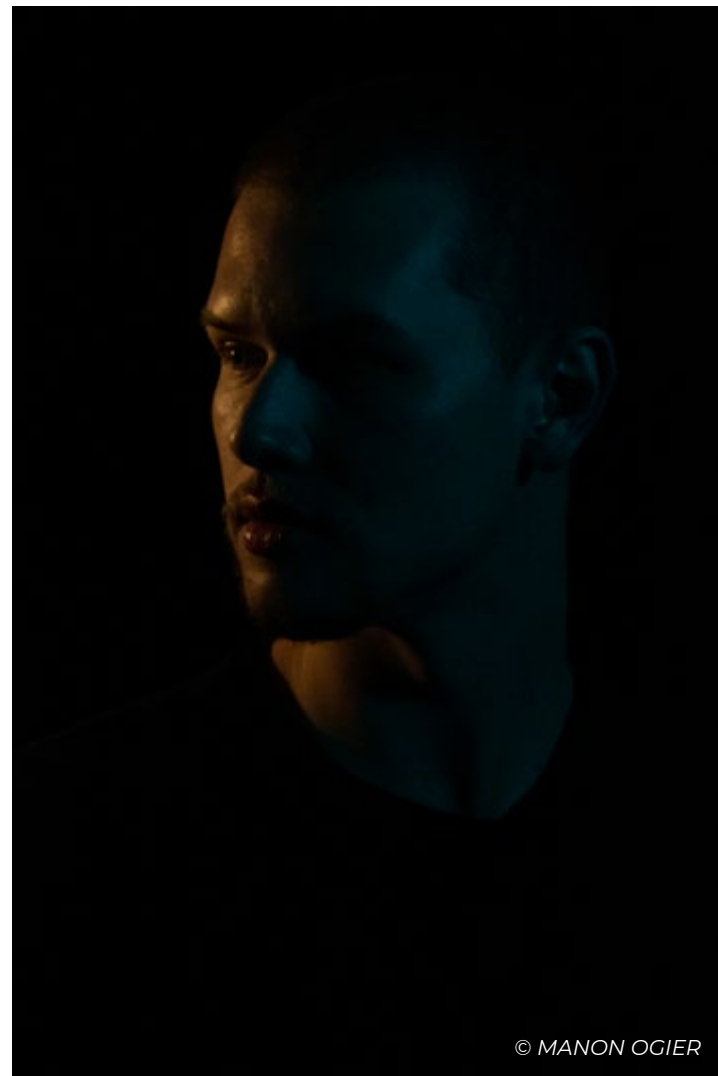
Permet de diriger le regard sur une information importante, dans un but précis.

Info : pour une meilleure lisibilité, pensez à garder des espaces de respirations—du vide ou du blanc—afin de reposer l'oeil qui identifiera plus rapidement les éléments clé de votre composition.

MISE EN PAGE ...

règle des tiers

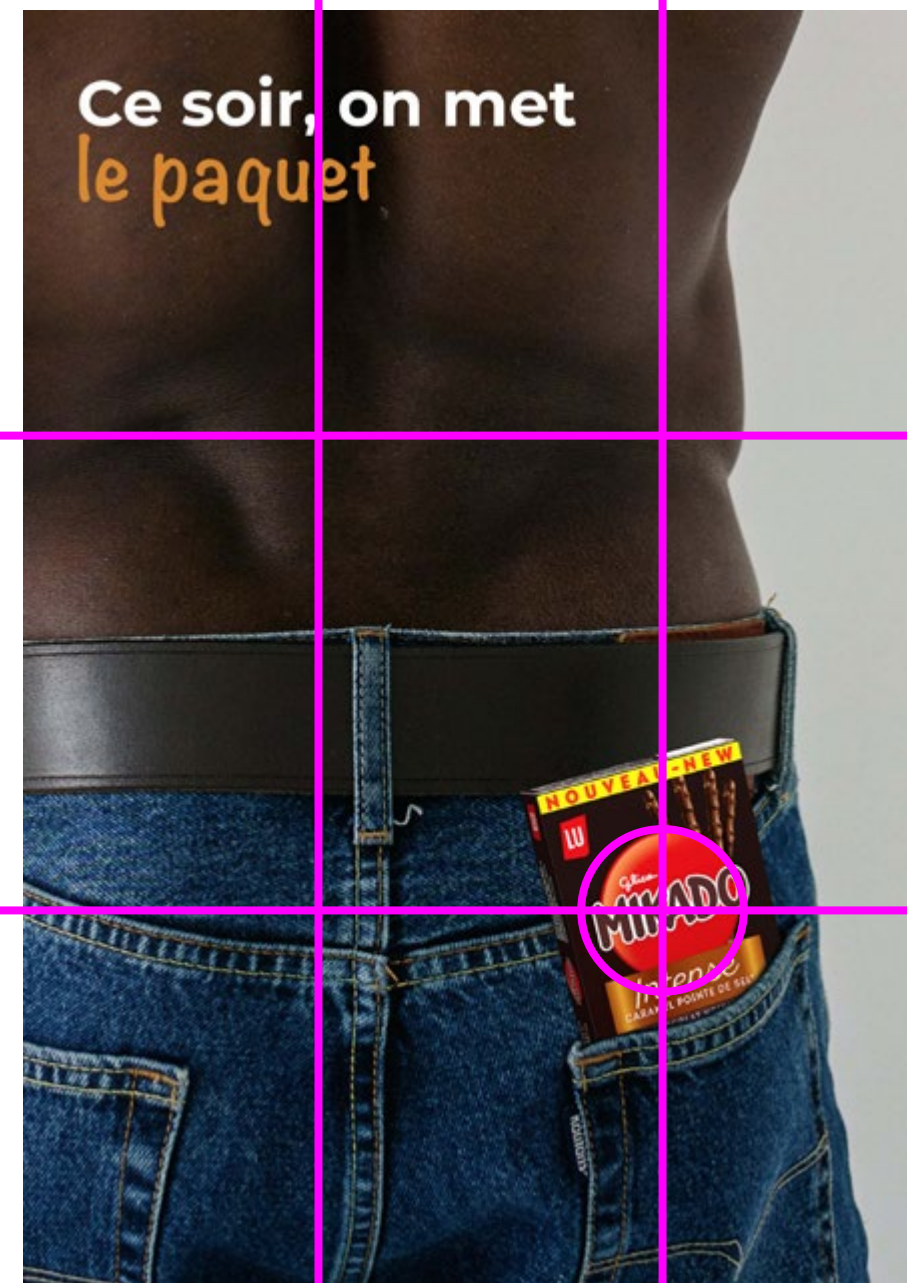
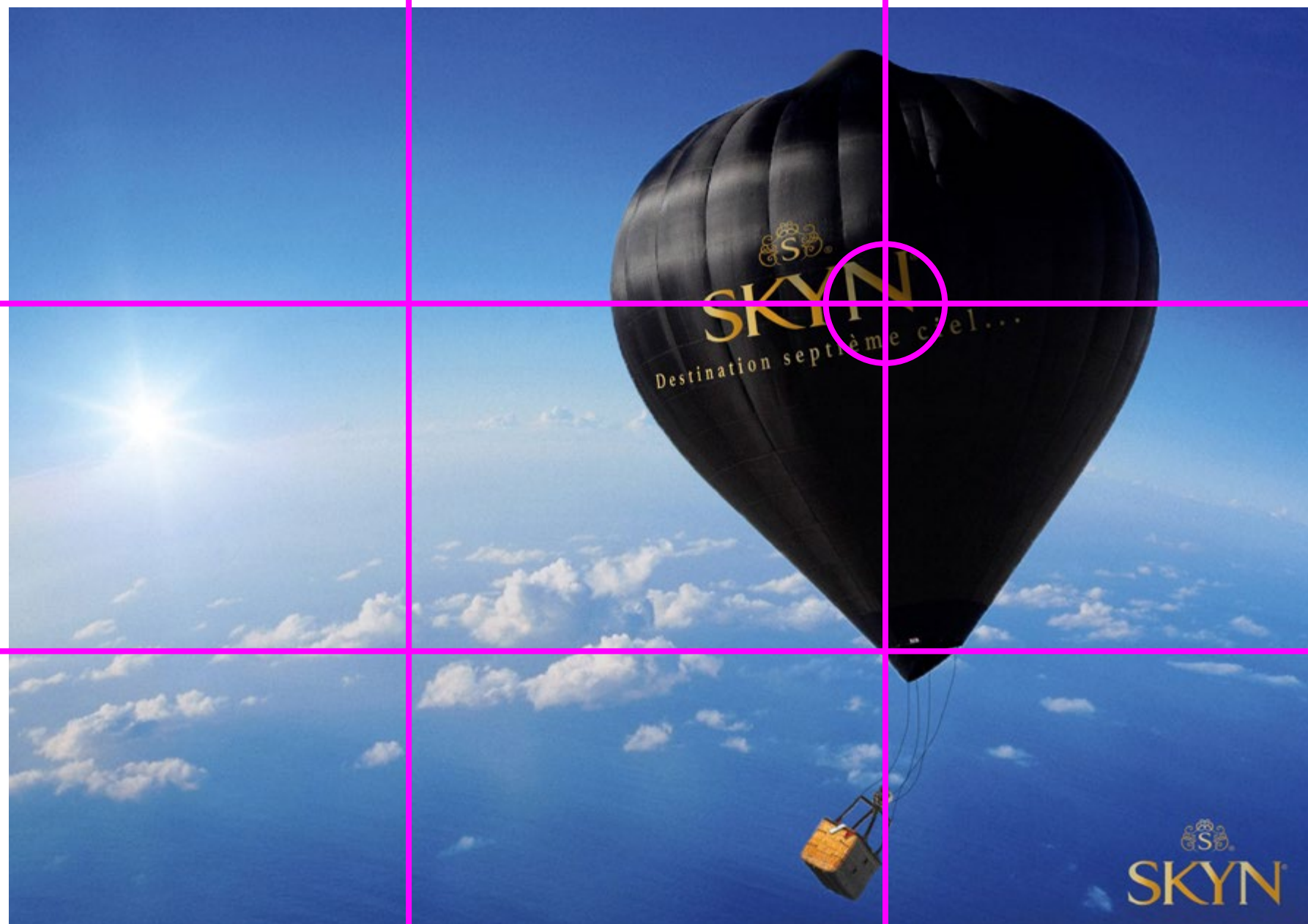
Grille et points de convergence



En divisant l'image en tiers, nous obtenons les points de convergence. Ce sont les points d'accroche du regard. Il est donc intéressant de **placer les informations importantes sur ces axes.**

MISE EN PAGE ...

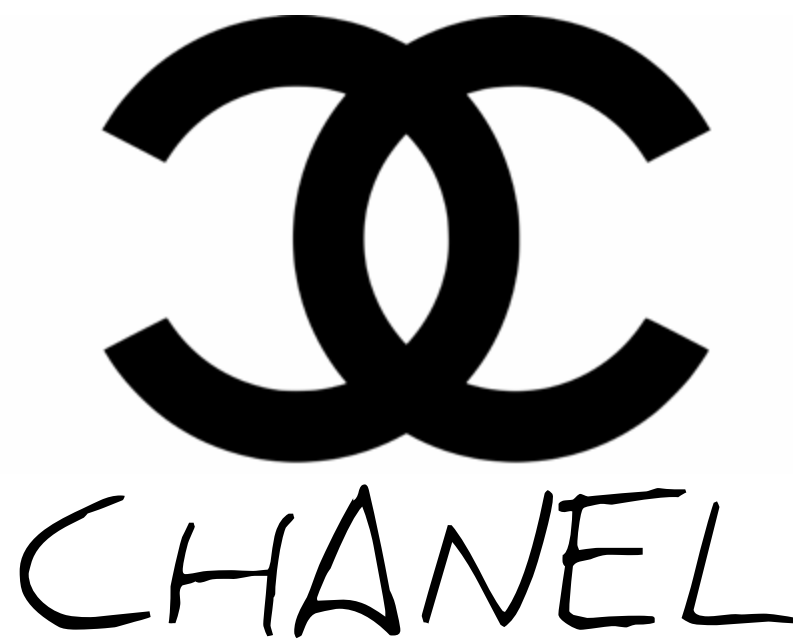
règle des tiers



MISE EN PAGE ...

identité graphique

L'identité graphique d'une marque ou d'un organisme est d'une importance capitale—elle est **source de réassurance**. Sans identité, l'empreinte cognitive n'est pas possible—votre cible ne pourra pas **vous identifier**.



Il faut donc respecter :

- le logo
- les couleurs
- la police d'écriture
- le style global (plutôt illustration, photo de modèles, gros plan produit, ...)

MISE EN PAGE ...

DIFFUSION



où sera affiché votre créa ?

Dans ce volet, vous allez adapter votre affiche en fonction du canal de diffusion —i.e. si vous comptez diffuser votre information dans l'enceinte de vos locaux, sur les réseaux sociaux, ...

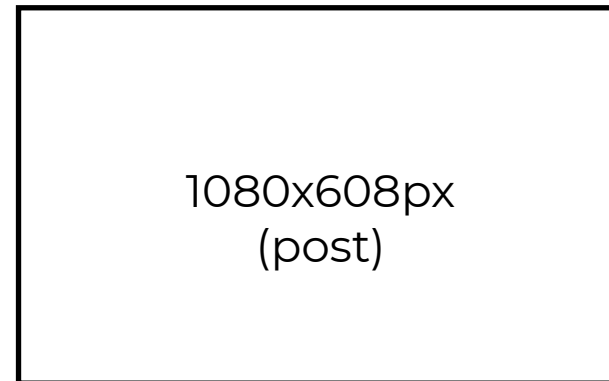
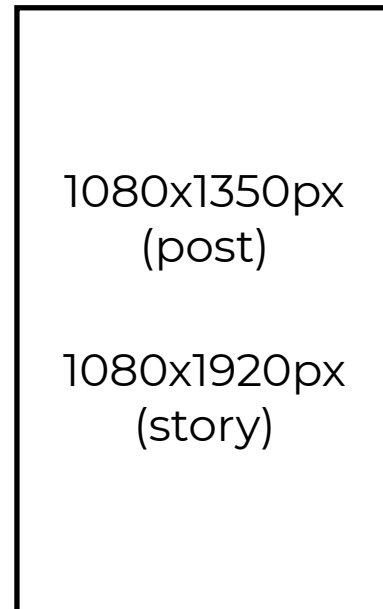
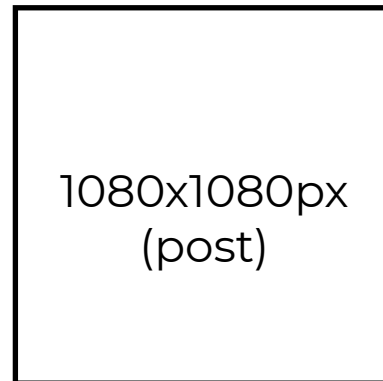
Il faut donc se poser les questions suivantes :

- sera-t-elle affichée en **interne ou en externe** ?
- allons-nous la **décliner pour les réseaux sociaux** ?
- allons-nous en faire une **campagne d'emailing** ?
- quel **format final** devra-t-elle faire ? A4 ? A6 ? ...

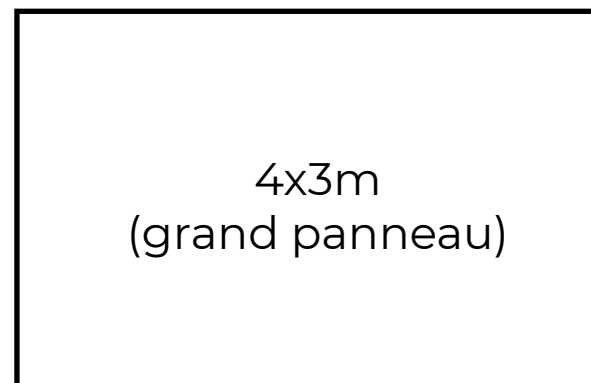
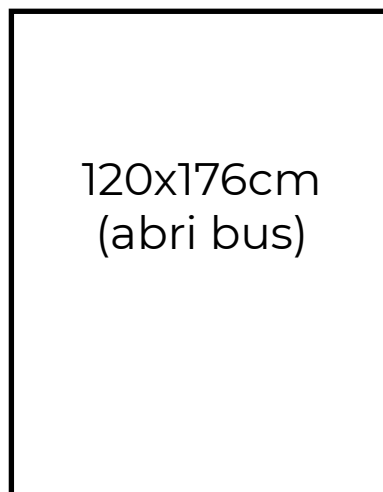
DIFFUSION ...

quelques formats

Instagram :



Panneaux publicitaires :



Toujours se référer
à votre point de
contact JCDecaux,
Clear Channel, ...

quelques ressources

Il existe plusieurs sites offrant du contenu gratuitement.

Pour créer et mettre en forme :

- [Suite Adobe](#) (offre payante)
- [Canva](#) (gratuit + offre payante)

Pour obtenir du contenu :

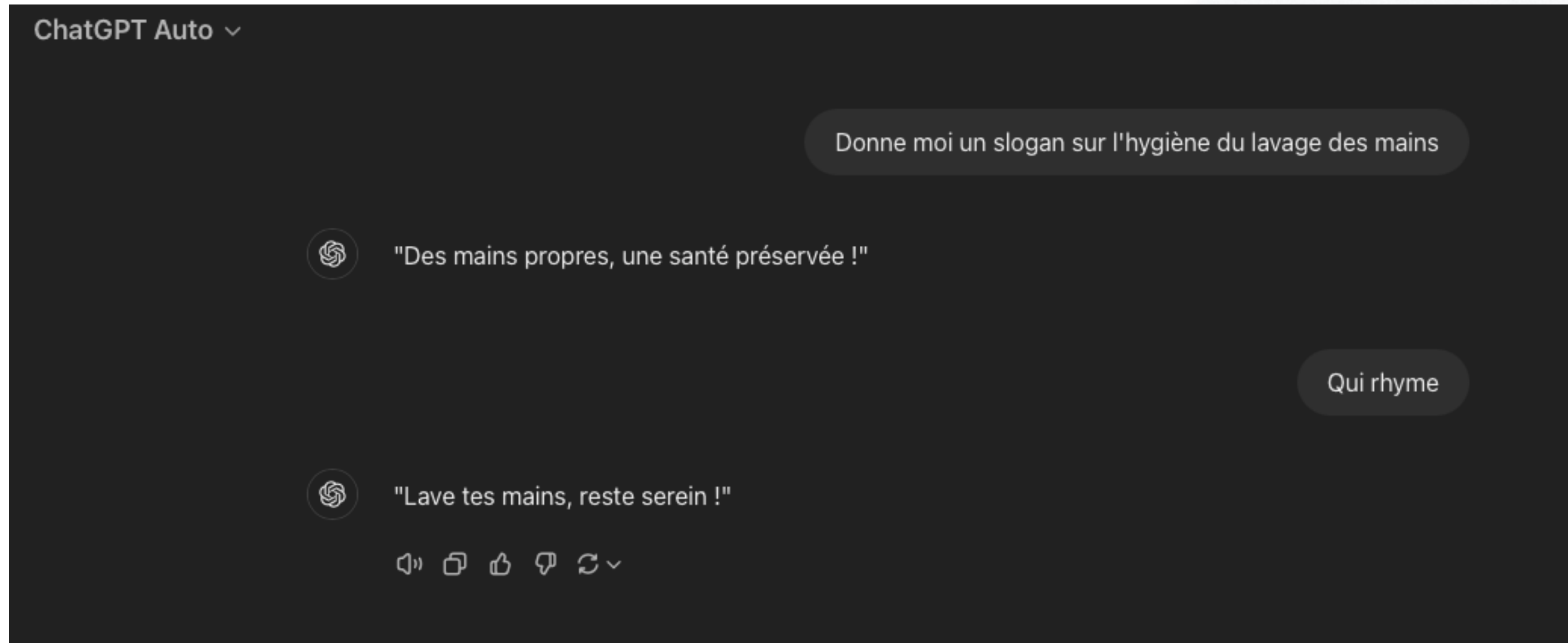
- [Pexels](#) (gratuit)—photos et vidéos
- [Freepik](#) (gratuit)—photos, vidéos, icônes, et illustrations
- [Unsplash](#) (gratuit)—site de photos et illustrations
- [unDraw](#) (gratuit)—illustrations

Pour générer du contenu :

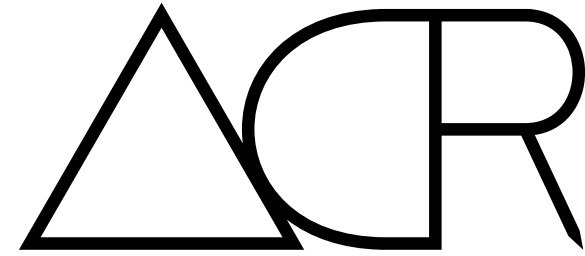
- [ChatGPT](#) (gratuit)
- [Copilot Microsoft](#) (gratuit + offre payante)

quelques ressources

Exemple d'une demande faite via ChatGPT :



OUTILS ...



ADRIEN CHRISTIAN ROYET
DESIGN · COMMUNICATION · PUBLICITÉ

