

# Sommaire

AVANT-PROPOS .....	VI
Communication visuelle et design graphique .....	VIII
Apprendre à voir .....	X

## **PARTIE 1** La lisibilité .....

CHAPITRE 1 - Les composants .....	18
L'espace .....	20
Le fond et la forme .....	22
Positif et négatif .....	24
Le point et la ligne .....	26
Les formes .....	28
Les signes .....	30
Les couleurs et les valeurs .....	32
Raconter une histoire visuellement .....	34
CHAPITRE 2 - La composition .....	36
Les lois de la perception .....	38
Les illusions d'optique .....	40
Le rectangle d'or .....	42
Exercer son regard .....	44
L'équilibre .....	46
La fluidité et le rythme .....	48
La narration visuelle par la forme .....	50
CHAPITRE 3 - Le concept .....	52
Le cadrage .....	54
La narration par le cadrage .....	56
L'angle .....	58
L'axe .....	60

Le flou .....	62
Le style .....	64
Le rapport image-texte .....	66
Le rapport texte-image .....	68
Les métaphores et les analogies .....	70
Les clichés .....	72
La dimension émotionnelle .....	74

## **PARTIE 2** La typographie .....

CHAPITRE 4 - Les lettres .....	82
Les sens des lettres .....	84
Les catégories de caractères .....	86
Les variantes (styles) .....	88
Le choix des polices .....	90
L'association des polices .....	92
CHAPITRE 5 - La mise en page .....	94
Le format .....	96
Chemin de fer, pliages, formes et découpes .....	98
La grille .....	100
La lisibilité des textes .....	102
Le confort de lecture .....	104
Le sens de lecture .....	106
CHAPITRE 6 - Utiliser la typographie .....	108
Les différences Print/Web .....	110
Les images bitmap et vectorielles .....	112
L'affichage écran .....	114
La prémaquette .....	116
Les modes de lecture .....	118

Les niveaux de lecture .....	120
Les bonnes pratiques .....	122

## **PARTIE 3** La couleur .....

<b>CHAPITRE 7 - La théorie de la couleur.</b> .....	128
Les effets de la couleur .....	130
Les composantes de la couleur .....	132
Les harmonies colorées .....	134
Les couleurs neutres .....	136

<b>CHAPITRE 8 - Le sens de la couleur.</b> .....	138
Les ambiances colorées .....	140
Les symbolismes de la couleur .....	142
La psychologie de la couleur .....	144

<b>CHAPITRE 9 - Travailler la couleur</b> .....	146
Choisir les couleurs .....	148
La couleur et la typographie .....	150
La technologie de la couleur .....	152
L'impression de la couleur .....	154

## **PARTIE 4** Maîtriser son image .....

<b>CHAPITRE 10 - L'identité visuelle</b> .....	160
Le logo .....	162
Définition du logo et variantes .....	164
Couleurs et typographie .....	166

La charte graphique .....	168
Les outils de communication .....	170
L'identité visuelle sur Internet .....	172

<b>CHAPITRE 11 - Quelques conseils.</b> .....	174
Le choix du concept .....	176
Le choix des images .....	178
Rédiger un brief créatif efficace .....	180
Les étapes de travail .....	182

<b>Conclusion</b> .....	184
-------------------------	-----

<b>Crédits iconographiques</b> .....	186
--------------------------------------	-----

# COMMUNICATION VISUELLE



# DESIGN GRAPHIQUE

## Faire parler les images, toucher son public, atteindre sa cible

Le design graphique est un langage à part entière. Il porte la communication et l'identité visuelles d'une marque ou d'une entreprise à travers l'expression de concepts, de valeurs, d'idées et d'émotions. Connaître ses codes et sa grammaire permet non seulement de faire passer un message de façon juste et ciblée, mais aussi de collaborer de manière efficace entre créatifs et commanditaires, d'optimiser le travail d'équipe et de gagner du temps.

Ce livre est destiné principalement à ceux qui souhaitent comprendre l'importance du design graphique dans la transmission d'une information. Il passe en revue ses principes fondamentaux et donne le vocabulaire qui permet d'analyser, de commenter et de critiquer des visuels. Il déchiffre aussi le langage caché des formes, des couleurs et des lettres, et propose des conseils concrets pour améliorer la lisibilité des documents. Dès lors, les visuels créés deviennent à eux seuls des outils de communication.

Écrit par une designer graphique également enseignante en communication visuelle, ce manuel très complet et richement illustré s'adresse aussi bien aux responsables de communication et chargés de missions en agence, qu'aux étudiants et futurs professionnels de l'image et du design graphique.

### DANIELA BAK

Designer graphique, illustratrice et directrice artistique, Daniela Bak enseigne depuis 2010 la communication visuelle en master 2 à l'Institut de la communication et des médias (Sorbonne Nouvelle Paris 3) et propose également des formations destinées aux directeurs et responsables de communication dans le cadre de formations continues. Diplômée major de l'école Penninghen (Paris), elle a débuté son activité professionnelle en créant des identités visuelles pour des chaînes de télévision, des programmes audiovisuels, des spots publicitaires et des films d'entreprise. Elle s'est ensuite spécialisée dans la conception graphique pour la presse et l'édition, et a travaillé comme directrice artistique de magazines tout en continuant à la fois son activité de consultante indépendante auprès des entreprises et son travail d'illustratrice.

### AU SOMMAIRE

**LA LISIBILITÉ.** Les composants. L'espace • Le fond et la forme • Positif et négatif • Le point et la ligne • Les formes • Les signes • Les couleurs et les valeurs • Raconter une histoire visuellement  
**La composition.** Les lois de la perception • Les illusions d'optique • Le rectangle d'or • Exercer son regard • L'équilibre • La fluidité et le rythme • La narration visuelle par la forme  
**Le concept.** Le cadrage • La narration par le cadrage • L'angle • L'axe • Le flou • Le style • Le rapport image-texte • Le rapport texte-image • Les métaphores et les analogies • Les clichés • La dimension émotionnelle

**LA TYPOGRAPHIE.** Les lettres. Les sens des lettres • Les catégories de caractères • Les variantes (styles) • Le choix des polices • L'association des polices  
**La mise en page.** Le format • Chemin de fer, pliages, formes et découpes • La grille • La lisibilité des textes • Le confort de lecture • Le sens de lecture  
**Utiliser la typographie.** Les différences Print/Web • Les images bitmap et vectorielles • L'affichage écran • La prémaquette • Les modes de lecture • Les niveaux de lecture • Les bonnes pratiques

**LA COULEUR.** La théorie de la couleur. Les effets de la couleur • Les composantes de la couleur • Les harmonies colorées • Les couleurs neutres  
**Le sens de la couleur.** Les ambiances colorées • Les symbolismes de la couleur • La psychologie de la couleur  
**Travailler la couleur.** Choisir les couleurs • La couleur et la typographie • La technologie de la couleur • L'impression de la couleur

**MAÎTRISER SON IMAGE.** L'identité visuelle. Le logo • Définition du logo et variantes • Couleurs et typographie • La charte graphique • Les outils de communication • L'identité visuelle sur Internet  
**Quelques conseils.** Le choix du concept • Le choix des images • Rédiger un brief créatif efficace • Les étapes de travail

25 €

www.editions-eyrolles.com  
Éditions Eyrolles | Diffusion Geodif

Code éditeur : C11928

ISBN : 978-2-212-11928-2



9 782212 119282