

# LES DESSEINS DU DESIGN LE CORPS ET L'ESPACE

**STAGE DE FORMATION  
ENSEIGNANTS**

LYCÉE TRAPÈZE  
6 place Jules Guesde  
92100 Boulogne-Billancourt



# COMMUNICA- TION VI- SUELLE

COMPRÉHENSION  
ÉMOTION  
MÉMORISATION

# SIGNA- LÉTIQUE

ORIENTATION  
DIFFÉRENTIATION  
REPRÉSENTATION

# ATELIER PRA- TIQUE

USAGE  
ÉMOTION  
REPRÉSENTATION

# COMMUNICATI- ON VISUELLE



COMPRÉHENSION  
ÉMOTION  
MÉMORISATION

## CRÉATIVITÉ FACE À L'INFOBÉSITÉ

La communication visuelle évolue en investissant de nouveaux supports et **en s'intégrant plus encore** dans nos modes de vie. En effet alors que la quantité d'informations que nous devons gérer est en croissance constante, la **capacité du design graphique à communiquer efficacement un message** est d'autant plus capital.

Ces éléments illustrent un besoin accru à **simplifier l'information** pour améliorer le confort des utilisateurs.

Cela nécessite une véritable réflexion en matière de communication visuelle sur les enjeux de **lisibilité**, d'**accessibilité** de l'information et de **mémorisation** des contenus.

**« Un bon croquis vaut mieux qu'un long discours », c'est un fait.  
Le cerveau humain a tendance à mémoriser plus aisément des éléments visuels  
qu'un long texte écrit.**

### **UNE COMPRÉHENSION RAPIDE ET EFFICACE**

La communication visuelle réside dans son efficacité. Elle conduit, tout d'abord, à rendre tout contenu intelligible par tous et va au-delà des frontières, des barrières de la langue, ou encore du statut social.

### **UN SENS LIÉ À L'ÉMOTION**

L'image a le pouvoir de susciter des émotions de par la transmission d'informations en quantité importante et en un temps très limité. A contrario, les textes ou l'oral ont tendance à maintenir une pensée plus rationnelle et logique.

### **LA VUE, LE MEILLEUR ATOUT POUR LA MÉMORISATION**

Albert Mehrabian : « règle des 3V ». *La communication est à 7% verbale (signification des mots), à 38% vocale (intonation et son de la voix), et enfin à 55% visuelle (expression du visage et langage corporel).*

Paul Martin : *nous nous souvenons à 80% de ce que nous voyons, à 20% de ce que nous lisons et à 10% de ce que nous entendons*

# SIGNA- LÉTIQUE



ORIENTATION  
DIFFÉRENTIATION  
REPRÉSENTATION

**La signalétique est la science de la signalisation. Elle est fondée sur une sémantique iconique et/ou langagière, c'est-à-dire utilisant des signes (chiffres, pictogrammes, logos, couleurs symboliques...) et/ou des mots.**

Le **design graphique d'environnement** est une pratique multidisciplinaire qui émerge du design, de l'architecture, de l'architecture d'intérieur, du paysagisme, et du design industriel. Les graphistes collaborent avec un certain nombre de professionnels de ces secteurs pour planifier et implémenter leurs designs.

La **signalisation** est un type de design graphique d'environnement à elle toute seule. Le principe est de définir une stratégie de signalisation, avec des repères visuels, pour que les utilisateurs puissent identifier l'endroit où ils se trouvent et où ils se dirigent, avec le minimum de confusion.

## TYPOGRAPHIE

Une police d'écriture, ou police de caractères, en typographie, est un ensemble de glyphes, c'est-à-dire de représentations visuelles de caractères d'une même famille, qui regroupe tous les corps et graisses d'une même famille, dont le style est coordonné, afin de former un alphabet, ou la représentation de l'ensemble des caractères d'un langage, complet et cohérent.

### FAMILLE

- serif : des familles de police à empattement
- sans-serif : des familles de polices sans empattement
- monospace : des familles de polices à chasse fixe, comme sur des machines à écrire.
- calligraphie : imitant l'écriture calligraphiée à la main.
- webfonts : représentation quel que soit le support ou le navigateur
- universelle : standardisation des caractères des toutes les langues

### STYLES

light, regular, medium, bold, black / italique / capitales, bas de casse...

# FAYETTE

WILL OPEN  
ITS DOORS  
ON MARCH 10, 2018  
with Lutz Bacher

FAYETTE  
ANTI  
ANTI

Launched Lafayette Anticipations, a Fondation Contemporary Art, Lafayette's inaugural programme, American artist Lutz Bacher will present until April 30, 2018 his first monographic exhibition. On this occasion, the artist will create an installation for the 9 rue du Faubourg, especially highlighting the building's anniversary.

In contact with Renée Koehn and his firm, OMA, ensured the renovation of the Fondation's 19th century building. Carried by a general renovation, Lafayette Anticipations supports contemporary artists' production, establishing in the heart of Paris, a centre for production and exhibition in which new pieces conceived by international artists and designers from the fields of contemporary art, design and fashion will be shared with the public.

The Fondation is accessible via the rue du Faubourg and the rue de la Chapelle, thus ensuring a public programme for 3 years of construction, this structure features 140 m<sup>2</sup> of exhibition space, production workshop, an area for meetings, a cafe-restaurant and a store. These spaces will be shared with the public.

Raquel Muñoz GRAPHISTE

finilasiesta.com

CAUE92

caue92.fr

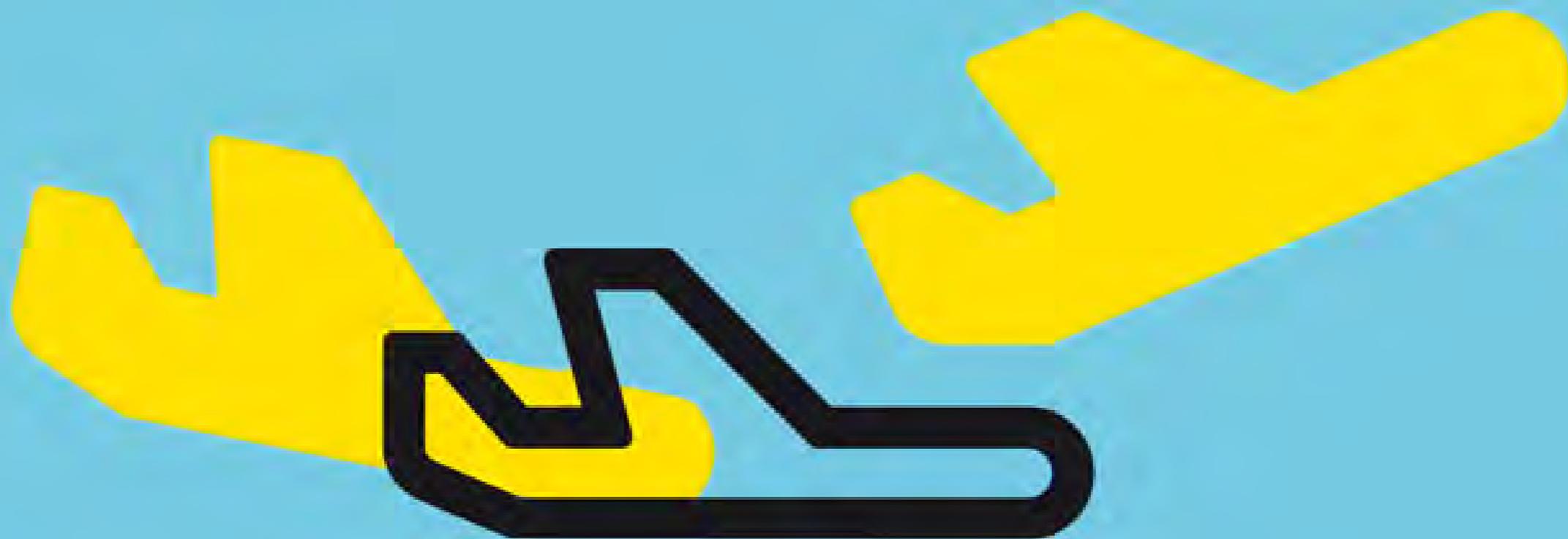
## PICTOGRAMME

Également appelé pictographe, est une représentation graphique schématique, un dessin figuratif stylisé ayant fonction de signe.

- Un **PICTOGRAMME** est un dessin schématisé de manière à être reconnu facilement.
- Une **ICÔNE** est un petit pictogramme représentant une action, un objet, un logiciel, un type de fichier, etc.
- Un **SYMBOLE** est un être ou une chose qui représente un concept, qui en est l'image, l'attribut, l'emblème.

Un bon pictogramme doit être à la fois, une icône et un symbole. Il doit être facilement reconnaissable, rapide à lire, petit, représentatif et un emblème. En signalétique, il permet de réduire la quantité d'information et une communication directe.

Dans le même but de réduire la quantité d'information, dans le graphisme, on utilise aussi les signes de ponctuation comme des icônes. Par exemple : apostrophe, astérisque, crochets, deux points, point d'exclamation, point d'interrogation, guillemets, parenthèses, points de suspension, point final, point virgule, tiret, trait d'union, virgule ...



## COULEUR

Pour attirer l'œil, attiser des sentiments, insuffler une ambiance ou un style, les couleurs sont essentielles et rehaussent avec personnalité un univers.

### CLASSIFICATION TRADITIONNELLE

primaires, secondaires, tertiaires, complémentaires

### CLASSIFICATION TECHNIQUE

cmyk, rgb, hexadecimal, ral (peinture, revêtements, plastiques), pantone (papier)

### CLASSIFICATION SYMBOLIQUE

chaudes / froides

Les couleurs sont omniprésentes autour de nous, elles nous insufflent des états d'esprit, des sentiments, elles nous donnent la force d'avancer ou nous enfoncent dans un mutisme profond. De plus, selon les pays, les cultures et les époques, les couleurs revêtent des significations différentes parfois aux antipodes de celles des cultures voisines ; comme le blanc associé en Occident à la pureté, alors qu'il est lié au deuil dans la plupart des pays asiatiques.



## FONCTIONS SIGNALÉTIQUE

### ORIENTATION

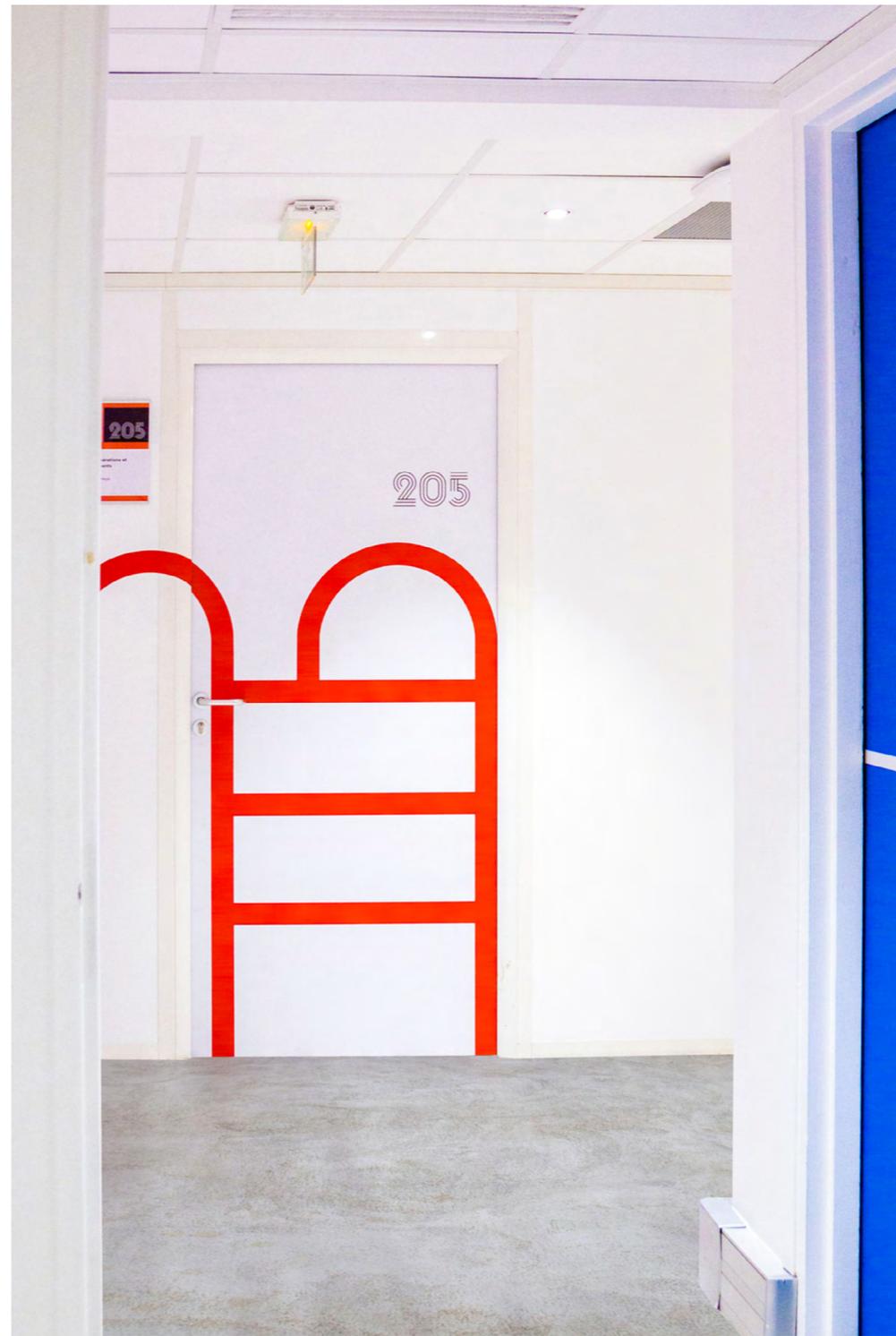
La signalétique comme outil pour repérer précisément un lieu ou un service. Elle répond aux questions “où suis-je ?” ou “qu’est-ce que c’est ?”. C’est le rôle principal d’informer et guider.

### DIFFÉRENTIATION

La signalétique comme outil pour valoriser ou spécifier le lieu et le différencier rapidement du reste. C’est une extension de l’identité visuelle du lieux. C’est le rôle de la communication.

### REPRÉSENTATION

La signalétique comme outil pour symboliser les usages et transmettre un message au usagers. On évoque la manière dont on s’approprie l’espace







# ATELIER PRA- TIQUE



USAGE  
ÉMOTION  
REPRÉSENTATION

## **OBJECTIF**

Découvrir les catégories d'usagers du lycée à travers un parcours signalétique qui met en relation les émotions avec les lieux.

## **MÉTHODOLOGIE**

On crée trois équipes et chaque équipe choisit une catégorie d'usagers = une couleur

- Sur un plan on choisit les 5 lieux \* qui définissent le parcours de notre usager
- On identifie les **usages** de chaque lieu
- On représente graphiquement l'**émotion** associée à chaque usage
- On place les dessins sur les lieux \*
- On suit le parcours créé en décryptant l'histoire de chaque usager

## **TEMPS**

14H30 - 16H00 : réalisation

16H00 - 17H00 : parcours et débrief

\* Si ces lieux ne sont pas signalés graphiquement, on peut les dessiner pour plus de clarté.

# MERCI

## **RÉFÉRENCES, SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE :**

<http://www.cnap.fr/la-signalétique-points-de-vue-des-graphistes>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Signal%C3%A9tique>

<https://www.shokola.com/blog/pictogrammes-signalétiques-web/>

<https://journals.openedition.org/communicationorganisation/1819>

<https://99designs.fr/blog/conseils-design/types-design-graphique/>