



**LABORATOIRE DE  
CONCEPTION  
DE MARQUE**

**EPIC HAITI 2024**



**Lorsque l'information est présentée oralement, les gens ont tendance à s'en souvenir d'environ 10 % jusqu'à 72 heures plus tard. Ce chiffre passe à 65 % si des images sont ajoutées aux informations.**

# La conception compte

## **Interaction:**

Un contenu de médias sociaux bien conçu capte l'attention du téléspectateur et l'encourage à interagir avec la publication. Lorsque les éléments visuels sont attrayants, organisés et pertinents, les utilisateurs sont plus susceptibles d'arrêter de faire défiler et de s'intéresser.

## **Reconnaissance de la marque:**

Le design établit une identité de marque reconnaissable, cela inclut l'utilisation de couleurs, de typographie et de style visuel. Lorsque les utilisateurs voient du contenu qui reflète l'esthétique unique d'une marque, ils commencent à associer ces éléments visuels à la marque elle-même.

## **Transmission efficace des messages :**

Une typographie, une hiérarchie et une mise en page claires guident les spectateurs vers les éléments les plus importants, garantissant ainsi que le message ne soit pas perdu. Des visuels bien conçus peuvent simplifier des idées complexes, les rendant plus digestes et partageables.



### **Narration visuelle :**

La conception permet une narration visuelle efficace. Grâce à une composition et une disposition soignées des images, des graphiques et du texte, une histoire peut être communiquée de manière convaincante et mémorable. Les éléments visuels peuvent évoquer des émotions et raconter une histoire, aidant ainsi à établir un lien plus profond avec le public.

### **La première impression :**

Les réseaux sociaux sont un environnement en évolution rapide dans lequel le contenu rivalise pour attirer l'attention. En quelques secondes, les utilisateurs décident de continuer à participer ou de passer à autre chose. Une publication bien conçue crée une première impression positive qui incite les utilisateurs à continuer d'explorer.



- Des boutons d'appel à l'action bien conçus suscitent l'envie de cliquer.
- Une conception efficace augmente la probabilité que les utilisateurs aiment une publication.
- Un contenu bien conçu est considéré comme digne d'être partagé et encourage les utilisateurs à le faire.
- Un contenu digne d'être partagé suscite une réponse émotionnelle ou apporte de la valeur.
- Une conception cohérente renforce la confiance dans la marque et encourage l'engagement.
- Les styles visuels familiers créent de la prévisibilité et du confort, qui stimulent les interactions.
- Comprendre les préférences du public guide les décisions de conception.
- Une conception efficace peut susciter des discussions hors ligne et amplifier l'impact du contenu.

# L'influence visuelle sur le comportement des utilisateurs





**Lignes**



**Couleur**



**Typographie**



**Styles et  
tendances**

# Lignes

Les lignes sont des éléments visuels de base ayant un impact profond sur la composition du design. Ils sont utilisés de manière stratégique pour guider le regard du spectateur et établir un flux visuel.



Les lignes verticales suggèrent la stabilité, la force et la formalité



Les lignes horizontales évoquent le calme, l'équilibre et la tranquillité.



Les lignes diagonales impliquent le mouvement, l'énergie et le dynamisme.



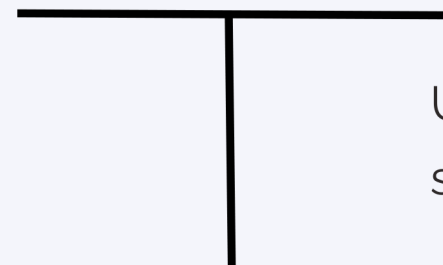
Les lignes courbes évoquent douceur, élégance et fluidité.



Les lignes en zigzag impliquent des sentiments d'excitation, de tension ou d'agitation.



Les lignes ondulées évoquent une sensation de rythme, de mouvement et de fluidité.



Une combinaison de lignes horizontales et verticales peut créer stabilité et structure.

# DETENGAN



**DETENGAN LAS EXPULSIONES A HAITÍ**

**SOMOS PERSONAS**  
**#PROTECCIÓNPARALOSHAIKIANOS**

AMNISTÍA  
INTERNACIONAL 

Creditos: Photo by Erin Clark/The Boston Globe via Getty Images

# DETENGAN



**DETENGAN LAS EXPULSIONES A HAITÍ**

**SOMOS PERSONAS**  
**#PROTECCIÓNPARALOSHAIKIANOS**

AMNISTÍA  
INTERNACIONAL 

Creditos: Photo by Erin Clark/The Boston Globe via Getty Images



TO PLAY DOUBLES IS TO HAVE SOMEONE TO BLAME.

*take the good side*  
*Coca-Cola*

This advertisement features a vibrant red background with a pattern of colorful arrows and smiley faces. A white silhouette of a Coca-Cola bottle is centered, containing the text "TO PLAY DOUBLES IS TO HAVE SOMEONE TO BLAME." in a bold, black, sans-serif font. Below the bottle, the phrase "take the good side" is written in a white, italicized font, followed by the classic white cursive "Coca-Cola" logo.

TO PLAY DOUBLES IS TO HAVE SOMEONE TO BLAME.

*take the good side*  
*Coca-Cola*

This advertisement is identical to the one on the left, but it is crossed out with a prominent red diagonal line that runs from the top right to the bottom left. The text and graphics within the bottle silhouette are the same as in the first image.

Hoy es un día para  
estar...

RELAX

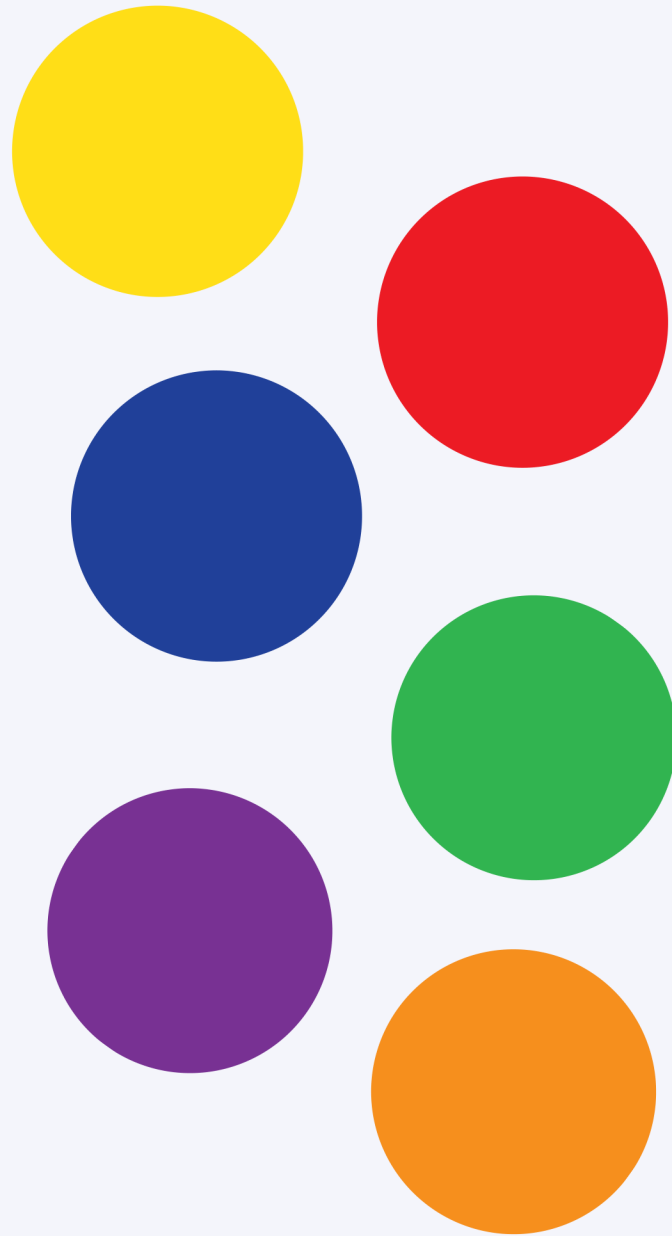
ADRENALINE

Hoy es un día para  
estar...

RELAX

ADRENALINE

# Explorer la psychologie de la couleur



Couleurs primaires : les fondements de la couleur

- Les couleurs primaires sont la base de toutes les autres couleurs de la roue chromatique.
- Ils ne peuvent pas être créés en mélangeant d'autres couleurs.
- Les trois couleurs primaires sont le rouge, le bleu et le jaune.

Couleurs secondaires : Mélanger les couleurs primaires

- Les couleurs secondaires sont obtenues en mélangeant à parts égales deux couleurs primaires.
- Il existe trois couleurs secondaires : orange (rouge + jaune), vert (bleu + jaune) et violet (rouge + bleu).

# Explorer la psychologie de la couleur

Couleurs complémentaires : paires vibrantes

- Les couleurs complémentaires sont des paires de couleurs situées l'une en face de l'autre sur la roue chromatique ; elles créent un fort contraste visuel et renforcent l'intensité de chacune.

Applications pratiques des couleurs complémentaires :

- Des couleurs complémentaires sont souvent utilisées pour créer des designs accrocheurs.
- Ils peuvent être utilisés pour mettre en évidence des éléments importants ou créer des points focaux.



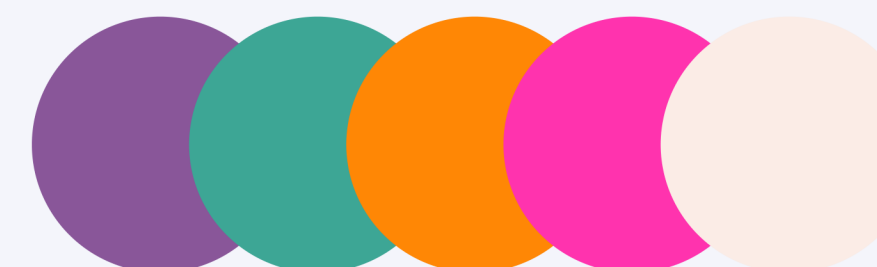
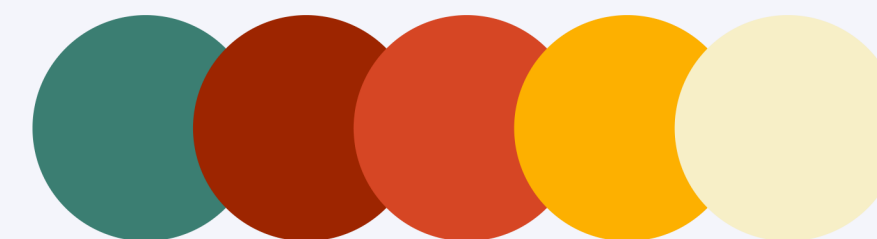
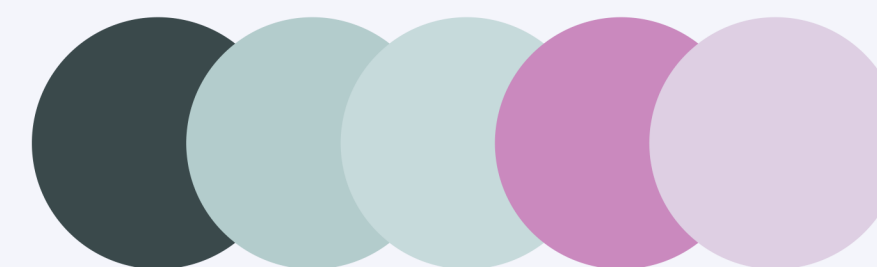
## Création de palettes de couleurs :

- Des couleurs complémentaires peuvent être utilisées comme point de départ pour créer des palettes de couleurs.
- Les couleurs analogues (couleurs proches les unes des autres sur la roue chromatique) peuvent compléter un schéma complémentaire dominant.
- L'ajout de couleurs neutres ou analogues peut équilibrer l'intensité des combinaisons de couleurs complémentaires.

## Couleurs complémentaires en marketing et design :

- Les marques utilisent souvent des couleurs complémentaires pour créer des images mémorables et percutantes.
- Des combinaisons de couleurs complémentaires peuvent aider les designs à se démarquer sur un marché concurrentiel.
- Ils évoquent des émotions et peuvent être adaptés au message et à l'identité de la marque.

\*Le contexte culturel doit être pris en compte



# Psychologie des couleurs : Comprendre les émotions à travers les couleurs

## Couleurs chaudes : évoquent la passion et l'énergie

Rouge : Il est souvent associé à la passion, à l'amour et à l'intensité. Il évoque des émotions fortes et attire l'attention. Cela peut aussi signifier un danger ou une excitation.

Orange : Transmet l'énergie, l'enthousiasme et la créativité. Crée une sensation de chaleur et de vitalité. Il est utilisé pour stimuler l'enthousiasme et évoquer des émotions d'énergie

Jaune : Symbolise le bonheur, l'optimisme et la chaleur. Évoque des sentiments de joie et de soleil. Cela peut attirer l'attention et transmettre un sentiment de positivité.





## Couleurs froides : évoquent le calme et la tranquillité

Bleu : Représente le calme, la stabilité et la confiance.  
Cela provoque un sentiment de tranquillité et de fiabilité.  
Il est souvent utilisé pour favoriser un sentiment de sérénité.

Vert : Symbolise la nature, la croissance et l'équilibre.  
Créez une connexion avec la nature et la détente.  
Évoque des sentiments de fraîcheur et d'harmonie.

Violette : Transmet le luxe, la créativité et la spiritualité.  
Il est souvent associé à la royauté et à l'élégance.  
Cela peut évoquer un sentiment de mystère et d'intrigue.



## La psychologie de la couleur dans le design :

Les marques choisissent les couleurs en fonction de leur message et de leur public cible. Les couleurs peuvent façonner les perceptions des utilisateurs, guider les actions et renforcer l'identité de la marque.

## Variations culturelles et personnelles :

Les associations de couleurs peuvent varier selon les cultures et les préférences individuelles. Les contextes culturels peuvent influencer l'interprétation des couleurs. Les expériences et souvenirs personnels peuvent également influencer les préférences en matière de couleurs.





HEINZ  
TOMATO KETCHUP  
FIERY CHILLI

FOR SERIOUSLY HOT KETCHUP  
IT HAS TO BE **HEINZ**

**DON'T SHOW THEM THE WORLD WITHOUT IT.**

The Powerful Backing™ of American Express®

The more you take on the world, the more you need someone who's got your back. Whatever you do, wherever you go, we'll be here, right behind you.

Search | [Amex Online](#) >

**AMERICAN EXPRESS**

RAHUL RAJ  
MEMBER SINCE 09

**AMERICAN EXPRESS** DON'T *live life* WITHOUT IT™

American Express Banking Corp.

# Composants typographiques : styles, tailles et familles de polices, et leur impact sur la lisibilité

- **Styles de police** : fait référence aux variations au sein d'une police de caractères, telles que le gras, l'italique et le souligné. Ces styles ajoutent de l'emphase et de la diversité visuelle au texte.
- **Taille de police** : Détermine la hauteur des caractères. Les tailles plus grandes augmentent la visibilité, tandis que les tailles plus petites permettent d'économiser de l'espace. Une taille appropriée améliore la lisibilité.
- **Familles de polices** : un ensemble de polices présentant des caractéristiques de conception similaires. Une famille comprend différentes graisses (légères, normales, grasses, etc.) et styles (italique, condensé, etc.) pour obtenir une conception cohérente.
- **Impact sur la lisibilité** : Le choix de la police influence considérablement la lisibilité. Des polices, des tailles et des espacements bien choisis améliorent la lisibilité, garantissant ainsi que le contenu est facilement compris.



# TYPES DE LETTRE

## Polices Serif :

Ils sont caractérisés par des petites lignes (SERIF) fixées aux extrémités des caractères.

Ils véhiculent un sentiment classique, traditionnel et formel.

Ils améliorent la lisibilité des documents imprimés grâce à l'effet de guidage des empattements.

## Polices sans empattement :

Il leur manque des petites lignes (SERIF) à la fin des caractères.

Ils évoquent une esthétique moderne, épurée et directe.

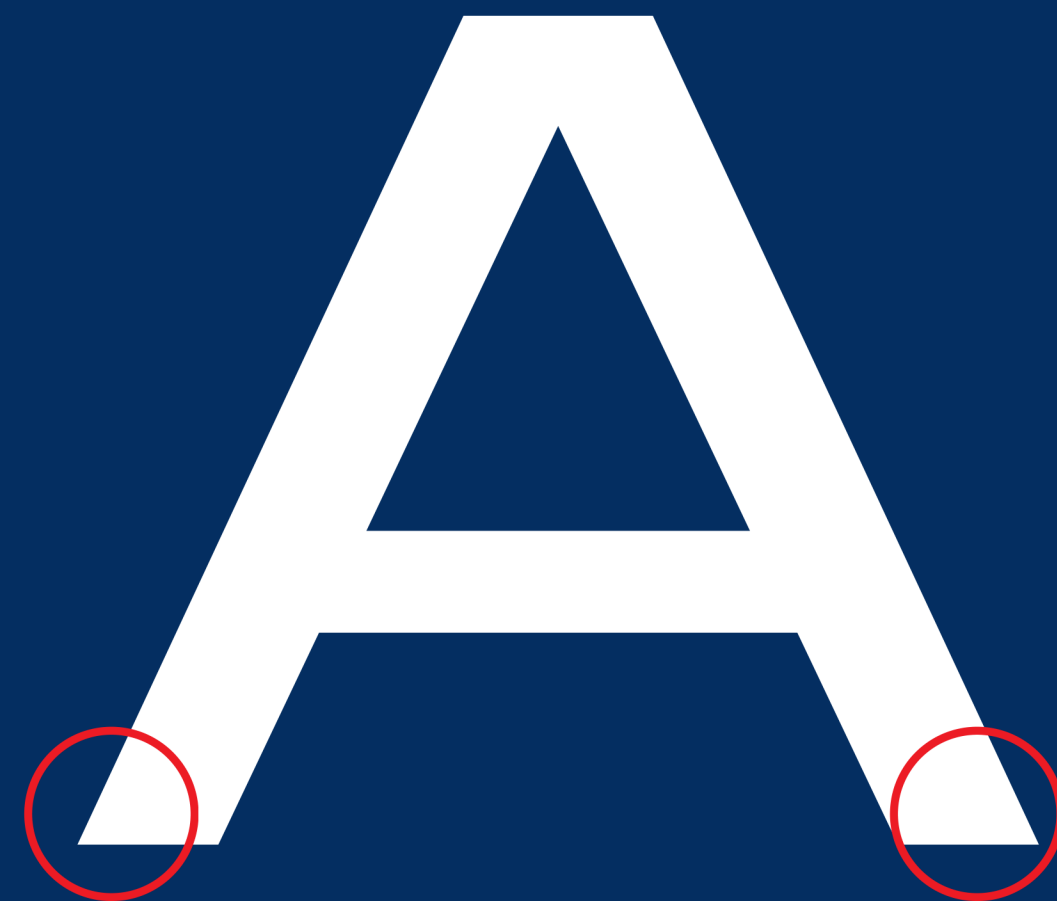
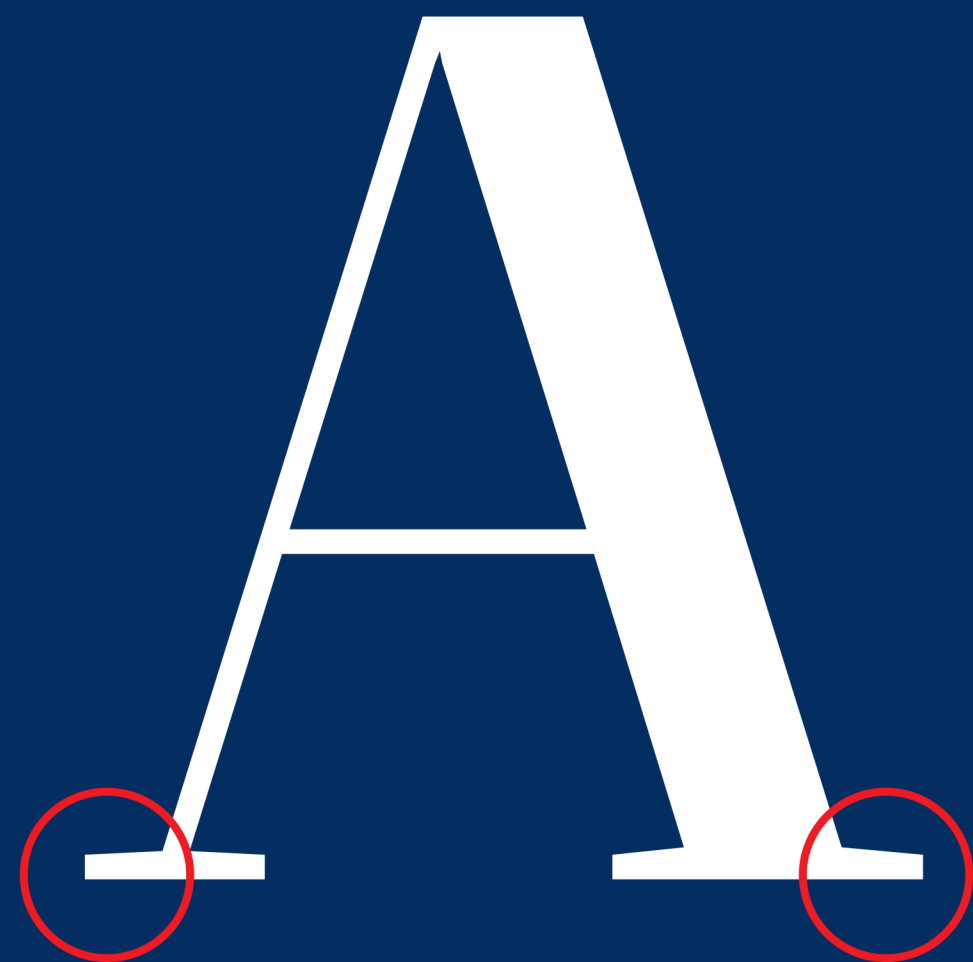
Ils sont souvent choisis pour les contenus et affichages numériques pour leur lisibilité dans différentes tailles.

ABCDEF G  
abcedfg

ABCDEF G  
abcedfg

ABCDEF G  
abcedfg

ABCDEF G  
abcedfg



# TYPES DE LETTRE

## Polices de script :

Ils imitent l'écriture manuscrite ou la calligraphie avec des traits variés.

Ils évoquent l'élégance, la personnalisation et l'informalité.

Ils conviennent mieux aux titres ou aux textes courts, car ils peuvent rendre la lisibilité difficile.

*ABCDEF G*    *ABCDEF G*  
*abcd fg*      *abcd fg*

## Afficher les polices :

Très décoratif et accrocheur.

Ils sont souvent utilisés pour les titres, les logos ou les grands éléments de conception.

Ils peuvent sacrifier la lisibilité dans des tailles plus petites en raison de leurs designs ornés.

**ABCDEF G**

**ABCDEF G**

ABCDEF G

ABCDEF G

A

A



## Choisissez la police appropriée pour une lecture facile :

Le contexte est important : soyez clair sur le support (imprimé ou numérique) et le but (titre, corps du texte) lorsque vous choisissez une police.

Hierarchie : utilisez des polices contrastées pour les titres et le corps du texte afin de créer une hiérarchie visuelle et de guider l'œil du lecteur.

Lisibilité : donnez toujours la priorité à la lisibilité, en choisissant des polices avec un espacement, une hauteur (la hauteur des lettres minuscules) et une forme appropriés.

Cohérence : maintenez la cohérence au sein d'une famille de polices pour créer un design cohérent sans sacrifier la diversité.

S'engager sur les réseaux sociaux permet aux marques d'établir un climat de confiance avec des clients potentiels, des partenaires et des talents/employés. Les réseaux sociaux sont un lieu où interagir avec votre public vous donne plus de visibilité et vous aide à mieux comprendre votre public, ce lien entre une entreprise et un public joue un rôle important pour en faire des fidèles de la cause.



# ÉLÉMENTS ESSENTIELS

pour le développement du projet de réseau

Logo ou marque

Police et couleurs

Cohérence des styles

Forme et figure

Thème et slogans



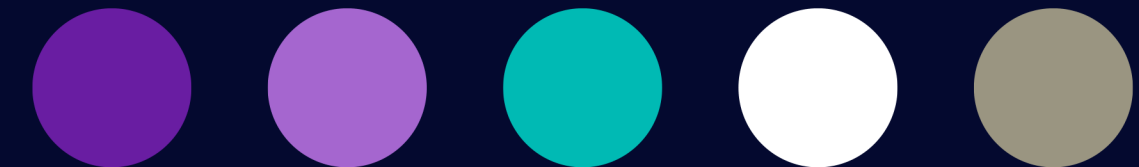
Exemple :

# CHAQUE PROJET DOIT ÊTRE RECONNU PAR :

Logos : logos complets, logos secondaires et icônes



Palette de couleurs : couleurs primaires et secondaires



Typographie : styles de police, tailles et espacement

**MONSERRAT EXTRA BOLD**  
ABCDEFGHIJKLM(...)

MONSERRAT  
ABCDEFGHIJKLM(...)

Autres images : photos, illustrations et illustrations



# NOUS ALLONS TRAVAILLER SUR VOS MARQUES POUR LE PROJET

**Nous devons créer des logos et des  
marques :**



Nom du projet

Phrase clé du slogan

Mots inspirants

Des mots qui identifient votre marque

La palette de couleurs

Commençons par créer du  
changement, impliquer les  
communautés, apprendre,  
développer des relations  
médiatiques durables et bâtir un  
soutien mondial pour l'EPIC  
Challenge et la solution  
d'entrepreneuriat social que vous  
développez.

EPIC