

CRÉER DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE EFFICACE

LE GUIDE DU DESIGN DE L’AFFICHAGE

SIMPLICITÉ

Les règles de l'art pour concevoir de la publicité efficace en affichage n'ont pas changé. L'essence de ce média repose sur la simplicité, c'est le haïku des médias de masse. Un défi créatif.

Pour maîtriser cet art, et réaliser de l'affichage publicitaire efficace, voici quelques règles à suivre.

« Il est impératif de tenir compte de la mobilité de l'auditoire tout au long du processus de création en publicité extérieure. Vous croisez des messages, ils vous croisent. L'affichage extérieur est le média par excellence pour tout bon concepteur publicitaire, l'ultime défi. Trouvez la solution à un problème de communication en publicité extérieure et vous détiendrez probablement la clé pour tous les autres médias. »

- David Bernstein



VIVE LA SIMPLICITÉ

Un message concis et simple a beaucoup plus d'impact visuel. Vous avez quelques secondes seulement pour capter l'attention. Il est primordial de se débarrasser d'éléments superflus. Il faut s'en tenir à l'*essentiel*.

FAITES PARTICIPER L'AUDITOIRE

Les campagnes d'affichage animent la vie urbaine. Des exécutions humoristiques, intrigantes et esthétiques sont très efficaces pour capter l'attention.



L'HUMOUR

Une des meilleures façons d'augmenter le taux de rappel d'une campagne est d'utiliser l'humour. Qu'il soit subtil ou direct, l'humour peut faire sourire ou même rire votre auditoire. *Animation urbaine*.

L'INTRIGUE

À priori, le message semble privé de sens. L'intrigue pique la curiosité, chatouille l'esprit, fait planer le mystère. L'intrigue encourage l'auditoire à résoudre l'énigme. *Intelligence urbaine*.



L'ESTHÉTISME

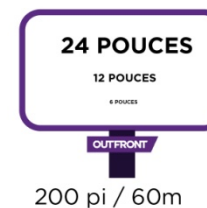
Des éléments visuels accrocheurs éveillent les sens. Une invitation au rêve et au fantasme. Un visuel attrayant encourage le consommateur à regarder de plus près les détails de la création publicitaire. *L'art urbain*.

LA DISTANCE, ÇA COMPTE!

La distance entre le consommateur et le panneau est une variable qui doit être prise en considération. Le consommateur est en mouvement et le potentiel d'exposition se limite à quelques secondes.

L'efficacité d'une affiche ne dépend pas uniquement du style des caractères ou de la combinaison des couleurs utilisées. Elle dépend de la synergie entre tous ces éléments lorsqu'ils sont vus à distance et en mouvement.

Le message doit être lisible en tout temps, que ce soit de près ou à 400 pieds. Lors de la conception de votre affiche, mettez-vous de l'autre côté de la pièce et recréez le mouvement en marchant rapidement afin d'évaluer la lisibilité.





CONTRASTE FORT = BONNE VISIBILITÉ

AFFICHAGE

AFFICHAGE

AFFICHAGE

AFFICHAGE

AFFICHAGE

AFFICHAGE

CONTRASTE FAIBLE = VISIBILITÉ MOINDRE

AFFICHAGE

AFFICHAGE

AFFICHAGE

AFFICHAGE

AFFICHAGE

AFFICHAGE

L'UTILISATION DES COULEURS

Le choix des couleurs demande une attention primordiale.

Le concepteur doit privilégier des couleurs contrastantes, tant par leur teinte (l'identité de la couleur, telle que le rouge, le vert et le jaune) que par leur luminosité (plus claire ou plus sombre).

Les couleurs contrastantes ont plus d'impact, tandis que les couleurs semblables se fondent entre elles, et le message devient flou.



Les couleurs comme le bleu et le jaune sont un bel exemple de contraste réussi.



Le rouge et le vert offrent un bon contraste au niveau des teintes, mais leur luminosité similaire s'avère plus sombre.



Le blanc va bien avec n'importe quelle couleur foncée, alors que le noir s'agence bien avec les couleurs qui ont une luminosité claire.

LES STYLES DE CARACTÈRES

Les contrastes de couleurs, le choix, le style et la taille des caractères sont tous des facteurs cruciaux qui influencent la lisibilité de votre affiche extérieure. Les opinions et les préférences quant aux choix et styles de caractères peuvent être subjectives. Toutefois, le bon sens mène à la conclusion suivante simple, clair et facile à lire. La combinaison de minuscules et de majuscules s'avère plus facile à lire que l'utilisation exclusive de majuscules.

✓ **ESPACE
ESPACE**

ESPACEMENT

L'espacement entre les lettres et les mots facilitera la lisibilité. Vues de loin, les lettres ont tendance à se confondre lorsque l'espacement est trop petit.

✓ *Style Style*
STYLE
Style

STYLE

Les caractères simples sont recommandés en affichage. Les caractères surchargés d'ornements ou qui offrent des contrastes excessifs entre les éléments gras et minces ont tendance à réduire la lisibilité. Les caractères sans empattement sont plus lisibles que ceux avec empattements. Ils ont tendance à se chevaucher lorsque les espaces sont trop rapprochés entre eux.

✓ *Lisibilité*
Lisibilité
Lisibilité

LISIBILITÉ

Peu importe le caractère, il n'est pas recommandé d'utiliser un style en caractères gras trop épais ni un style à trait trop fin. Les caractères très gras deviennent des taches à une certaine distance, tandis que les caractères plus fins ont tendance à s'effacer et même disparaître.

OUTFRONT média offre une variété de services à ses clients dans le but de les aider avec la planification, la conception et l'exécution de leur campagne d'affichage.

CONSULTATION

L'excellence du design est le propre de l'affichage. Consultez notre équipe de création. Nous pouvons apporter une contribution dans plusieurs domaines : préparation de votre campagne, conseils, conception graphique, et épreuves graphiques.

TEST DE DISTANCE

Assurez-vous que l'impact recherché est créé. Pour assurer la lisibilité sur la rue, faites un test de distance. OUTFRONT média offre gratuitement des tests de distance, afin de simuler différentes distances et vérifier la lisibilité du message avant qu'il ne soit affiché dans son environnement, comme vu par les automobilistes.

DIAPOTHÈQUE

OUTFRONT média met à votre disposition plus de 150 000 images de campagnes d'affichage répertoriées par produit, par catégorie et par année.

PRODUCTION

OUTFRONT média possède et opère un service de production complet spécialisé en affichage. Nous savons ce qui fonctionne ainsi que les raisons. Nous partageons notre savoir avec vous afin de maximiser l'impact de votre campagne de publicité extérieure.