

Quelques conseils avant de commencer à composer son affiche

1 – Le public ciblé

Comme pour toute action publicitaire ou marketing, il est important de savoir quel est **le public visé par l'affiche**.



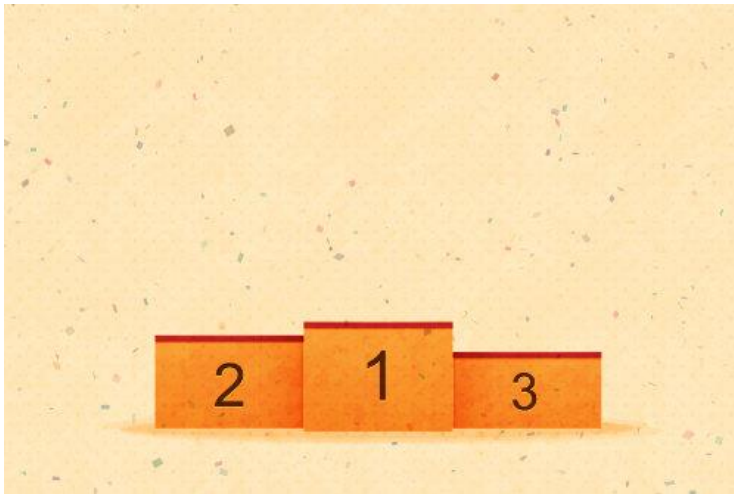
A qui s'adresse le message ?

- au grand public
- à des bénévoles
- à des paroissiens
- à des jeunes d'aumônerie ou à leurs animateurs

Il est nécessaire d'adapter le style au public visé

Formation à la réalisation d'affiches, de tracts pour annoncer un événement

2 – Hiérarchiser les informations



Pour déterminer quelles sont les informations les plus importantes, posez-vous la question suivante :

- Quel est le but de l’affiche ?
- De quoi ou de qui parle-t-on ?
- Où le document sera-t-il vu ? chez les commerçants, sur des panneaux d’affichage, sur un tract distribué à la main...
- Quel ton, quelle ambiance l’affiche va-t-elle avoir ? on ne parle pas de la même façon à des jeunes de Kt qu’à leurs parents
- Quelle charte graphique faut-il respecter ?

En répondant à toutes ces questions, vous ne conserverez que les informations primordiales qui permettront d’orienter votre message et de ne pas être « hors sujet ».

En parallèle, il est important de hiérarchiser l’information sur l’affiche en elle-même, en mettant en valeur ce qui est vraiment important, mais aussi en évitant la surcharge d’info qui ne ferait que rebuter les spectateurs.

3 – Le format

Le choix des dimensions de votre affiche est également important : en fonction du lieu et du contexte d’affichage, mais aussi des supports choisis, il faut sélectionner une taille adaptée.

Choisissez systématiquement un multiple (ou sous-multiple) du format A4 (210mm X 297mm)

N’oubliez pas qu’il faut toujours concevoir un document à une grande échelle. Il est toujours facile de réduire sa taille, mais problématique de l’augmenter.

4 – Le cheminement en Z du regard

Il est très intéressant de comprendre le sens de lecture d’une affiche publicitaire, de préférence par quelqu’un qui la voit pour la toute première fois.

Formation à la réalisation d'affiches, de tracts pour annoncer un événement

En Occident, on lit de gauche à droite, et de haut en bas.

Cette habitude se retrouve dans notre façon d'observer une image : le regard a tendance à se poser d'abord sur le coin supérieur gauche d'une affiche, puis à effectuer une trajectoire en « z » jusqu'à finir dans le coin inférieur droit. C'est pourquoi on retrouve souvent **le logo de la marque en bas à droite**.



Le regard termine sa trajectoire dessus et il constitue ainsi le dernier souvenir conservé par le spectateur (et donc le plus persistant). Évitez donc de centrer votre logo ou de lui donner une taille disproportionnée, cela n'aidera pas nécessairement à sa mémorisation.

Le but est de garder le plus longtemps possible le regard du spectateur **à l'intérieur de l'affiche publicitaire**. On évitera donc au maximum de placer des éléments qui pourraient le faire « sortir » : flèche qui pointe vers l'extérieur, personnage qui regarde dans la direction opposée, etc. À moins bien sûr que cela soit intentionnel.

Formation à la réalisation d'affiches, de tracts pour annoncer un événement

Quelle affiche attire le mieux le regard ?

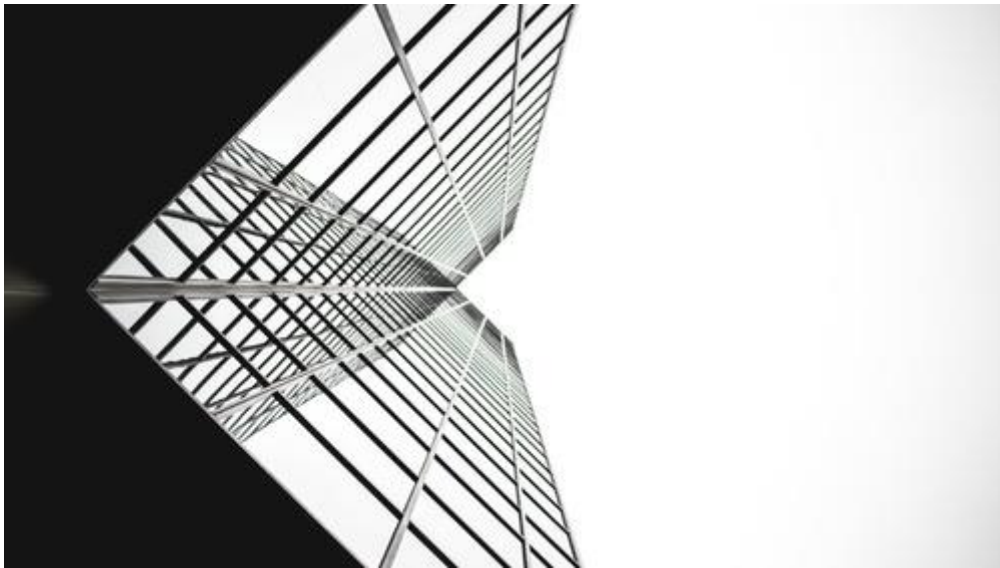


L'erreur la plus courante est de chercher à placer au centre tout ce qu'on juge essentiel, quel que soit le sujet de l'affiche. On se retrouve avec une composition très dense en son milieu et vide à la périphérie.

5 – Les lignes de force et perspectives

Lors de l'utilisation d'arrière-plans photo ou pour une composition comportant beaucoup d'éléments, les lignes de perspective ont une grande utilité pour attirer le regard sur un détail précis.

Formation à la réalisation d'affiches, de tracts pour annoncer un événement



Un premier plan très présent, même placé sur le côté, sera toujours vu en premier : il n'est donc pas anodin et doit **donner envie au spectateur de comprendre la suite** de la scène et de s'attarder sur les autres éléments.

Les lignes de force ont, quant à elles, pour but de stabiliser la composition tout en mettant en avant les éléments importants.

6 – Les couleurs

Le concept de « less is more » est adaptable **même pour une affiche publicitaire**, tout particulièrement concernant les couleurs.



Formation à la réalisation d'affiches, de tracts pour annoncer un événement

Nul besoin de charger votre composition avec des éléments colorés inutiles, une affiche bien pensée doit surtout reprendre les couleurs et plus généralement les codes graphiques de la marque à laquelle elle fait référence.

Veillez à [coordonner vos couleurs](#) pour respecter une certaine harmonie dans l'utilisation de vos couleurs afin de respecter une certaine harmonie. Pour ce faire, vous pouvez utiliser un outil comme [Paletton.com](#), très pratique pour créer des ambiances colorées avec des camaïeux, des complémentaires, ou d'autres associations de couleurs agréables à l'œil.

7 – La typographie

Les **règles typographiques d'une affiche publicitaire** sont les mêmes que pour la majorité des créations graphiques : n'en faites pas trop.



Essayez de vous limiter à deux polices, l'important reste le message. L'œil ne doit pas être plus attiré par un dessin de lettres compliqué que par le sens de la phrase qu'elles composent.

De la même manière, il est primordial d'utiliser des polices de caractères qui soient lisibles. Le message doit être clair et facilement compréhensible, évitez de l'embrouiller avec une police trop complexe à déchiffrer. En suivant ces 7 conseils, vous aurez une bonne base pour réussir une affiche.