

Comment faire une affiche ?

L'affiche est un moyen efficace de véhiculer un message, de transmettre une information ou de faire la promotion d'une entreprise, d'un organisme ou d'un service. L'information qu'on y trouve doit être facile à comprendre et le message doit demeurer simple. L'affiche n'est pas un médium qui sert à donner une information détaillée et complexe, mais bien à piquer la curiosité et à susciter l'intérêt. Normalement, les éléments de contenu visuel y sont forts et dominants. Les éléments graphiques tels les photographies, les illustrations et les pictogrammes de même que leur disposition sont aussi importants, sinon plus, que le texte. On dit que, dans une affiche, le message passe d'abord par le visuel et le style graphique.



* À noter que la version originale de l'affiche qui sert d'exemple est en couleurs.

BOÎTE À OUTILS

1. Définir le but et les caractéristiques de l’affiche en se posant les questions suivantes : Que cherche-t-on à annoncer ? Quelle serait la meilleure façon de le faire ?

L’affiche cherche avant tout à diffuser un message précis : il n’est pas souhaitable – cela est même dangereux – de mélanger les boissons énergisantes et l’alcool. Tous les éléments de l’affiche cherchent à transmettre ce message. Il faut par ailleurs que l’affiche montre un contexte précis, soit celui d’un party, de façon à toucher le public susceptible de fréquenter de telles soirées.

2. Cerner le public cible et le lieu de diffusion.

Les jeunes constituent le public cible car, selon les statistiques, ce sont davantage eux qui optent pour ce genre de mélange. De plus, l’image laisse croire que la photo est prise dans un bar, et on peut penser que la clientèle des jeunes adultes est visée ou encore que ce comportement est adopté lors de partys.

3. Définir le format de l’affiche en tenant compte des coûts de son impression et du lieu de son affichage. Plus l’affiche est grande, plus elle risque de coûter cher à imprimer, mais plus elle sera visible. Si le lieu d’affichage est très utilisé par l’affichage, que plusieurs affiches y sont disposées et que les surfaces d’affichage sont grandes, il est alors nécessaire de choisir un grand format.

La dimension exacte de l’affiche est de 45,72 cm de largeur sur 60,96 cm de hauteur. Il s’agit donc d’une affiche de format moyen. Elle assez grande pour être remarquée dans le corridor d’une école ou être affichée sur des babillards, par exemple.

4. Se demander quel sera le tirage en fonction des lieux propices pour rejoindre le public cible. Une quantité plus élevée d’affiches coûtera plus cher à imprimer, mais le coût de chacune diminuera. Le choix doit être fait en fonction du budget ou des objectifs visés.

Il s’agit d’une affiche qui sera distribuée dans tous les cégeps et universités du Québec ainsi que dans plusieurs bars. Son tirage sera donc probablement de quelques milliers d’exemplaires.

5. Chercher ou créer une image (photographie ou illustration sur mesure) qui, en un coup d'œil, permettra de retenir l'attention des gens et leur fera bien comprendre le message.

Il s'agit d'une image de mise en contexte. D'abord, les seaux laissent croire que la scène se passe dans un bar ou que les gens se trouvent dans un party. De plus, l'eau sur la table à côté des seaux ressemble à de la condensation et laisse croire qu'il fait chaud, que les gens s'amuse et que la soirée est propice à la consommation exagérée d'alcool et de boissons énergisantes. Par ailleurs, on reconnaît bien les produits dont il est question en raison de la forme des contenants : la bouteille avec un bec verseur est une bouteille d'alcool, tandis que les petites cannettes sont caractéristiques des boissons énergisantes. La main qui tient un verre au-dessus des seaux suggère le mélange des produits.

6. Trouver un slogan simple et efficace en fonction des points définis aux étapes 1 et 2. Ce slogan doit s'harmoniser avec l'illustration ou la photographie et renforcer le message. Il doit être court, simple, piquer l'intérêt en un seul coup d'œil et être évocateur (avoir un sens).

Le slogan est « Mets pas trop d'énergie là-dedans ». Il soutient le message en utilisant le terme *énergie* (comme dans *boisson énergisante*) et en suggérant d'éviter d'ajouter de l'énergie à une consommation alcoolisée. Il s'agit d'une phrase efficace, car elle suscite la curiosité et pousse les gens à vouloir savoir de quoi il est question.

7. Trouver le reste de l'information textuelle qui doit être placée sur l'affiche en visant la juste quantité : assez d'information, mais pas trop. Bref, il faut savoir où s'arrêter en allant à l'essentiel et en évitant les mots inutiles, tout en demeurant simple dans le vocabulaire utilisé et le style d'écriture. Normalement, une affiche ne comporte pas plus d'une phrase ou deux, qui sont efficaces parce que le choix des mots est bien fait et que leur valeur prime sur leur quantité. Il faut se rappeler que les gens qui passeront devant l'affiche ne s'arrêteront pas pour la lire mais en prendront connaissance tout en continuant leur déplacement. Un texte trop long les invitera simplement à regarder ailleurs.

La phrase du bas, « Boisson énergisante et alcool ne font pas bon ménage », permet de livrer le message de façon claire et non ambiguë, donnant ainsi tout leur sens au slogan et à l'image.

BOÎTE À OUTILS

8. Choisir la couleur de l'affiche et les autres éléments graphiques (ex. : caractères, cadres, trames, etc.), en gardant à l'esprit qu'une affiche en couleurs coûtera plus cher à imprimer qu'une affiche en noir et blanc, tout en n'étant pas nécessairement plus efficace dans le monde coloré qui nous entoure. L'harmonie visuelle doit régner. Le choix des types et de la grosseur des caractères doit se faire en fonction de l'illustration et du public cible.

Les couleurs sont foncées, rappelant ainsi la nuit et la fête, soit des moments propices aux mélanges d'alcool et de boissons énergisantes. La bouteille et les cannettes sont de couleur pâle, ce qui leur permet de bien ressortir sur le fond foncé. De plus, leur pâleur semble provenir d'un éclairage qui peut rappeler celui d'un endroit où les lumières sont tamisées. À noter que la version originale de cette affiche est en couleur.

9. Il faut penser que toutes les personnes qui verront l'affiche ne seront pas nécessairement placées juste à côté. Ainsi, il est bon que les éléments importants puissent être perçus de plus loin, de façon que les gens aient le désir de s'approcher afin de mieux voir les éléments plus petits.

Le slogan, de même que la bouteille et les cannettes, sont assez gros pour être perçus à bonne distance.

11. Donner les coordonnées d'une personne ou d'un organisme qui permettra aux personnes qui veulent en savoir davantage de pouvoir le faire ou apposer un logo qui permettra au public de voir d'où provient le message et le rendra plus crédible.

Le logo d'Éduc'alcool est apposé au bas de l'affiche. Il s'agit d'un organisme connu et les jeunes pourront facilement en trouver les coordonnées eux-mêmes.

12. Disposer le contenu sur l'affiche. Le contenu doit être équilibré, sans pour autant être symétrique. La symétrie parfaite est ennuyante pour l'œil et pique moins la curiosité. Il est bon de pouvoir facilement déplacer les éléments avant de prendre une décision finale. C'est en plaçant les divers éléments de plusieurs façons que l'on en vient à trouver la meilleure disposition. Une bonne idée est de montrer différents essais à plusieurs personnes. Cela peut donner un indice de la disposition qui semble le plus attirer l'attention.

Les éléments sont bien disposés. Il y a bien deux seaux, mais ils ne sont pas de la même grosseur et leurs éléments ne sont pas de la même dimension. Le slogan se trouve au centre de l'affiche et est bien visible, sans toutefois découper grossièrement celle-ci en deux parties.