

QUELQUES LOIS DU DESIGN GRAPHIQUE

Tu n'utiliseras point le comic sans, de Adams, Dawson, Foster et Seddon, édition Dunod

La typographie

Tu n'utiliseras pas une police fantaisie pour le corps de texte. [Ce serait contre toutes les lois de la lisibilité, de la compréhension et du bon goût].

Tu vénéreras les polices classiques. [Tu n'utiliseras pas la dernière à la mode].

Tu ne ruineras pas une police avec un effet de filtre. 

Tu n'utiliseras pas de polices gratuites à moins d'être sûr de leur qualité. [Sinon... tu risques d'avoir des petits ou gros soucis : dans l'envoi de tes fichiers, lors de l'enregistrement ou de l'impression en PDF, absence d'accents, d'apostrophes...].

Tu ne mélangeras pas les polices pour créer une hiérarchie. [Sinon, le résultat sera confus, chaotique et pathétique].

Tu choisisras maximum deux polices avec une large gamme de fontes. [Vérifier le gras et l'italique].

Tu n'utiliseras pas une police script pour le corps du texte.

Tu n'utiliseras pas de CAPITALES pour le corps de texte. [Juste pour les titres flamboyants et les logos élégants].

Tu mettras le nom des créateurs en CAPITALES et le nom de la création en *italique*.

Tu mettras des accents sur les capitales. [alt + 144 si tu as un clavier numérique pour le É].

Tu ne composeras pas un texte en défoncé dans un petit corps.

Tu ne composeras pas trop de textes en défoncé. 

Tu ajusteras l'interlignage au corps du texte et le garderas régulier.

Tu ajouteras un espace après un point et un espace avant et après un deux points.

Tu ne couperas pas un mot de moins de sept caractères.

Tu privilégieras la lisibilité au style dans une composition. [Tu dois communiquer efficacement].

Tu éviteras de mélanger texte centré et texte ferré à gauche ou à droite.

Tu ne justifieras pas une ligne de texte trop courte. [Les espaces doivent être respectés].

grands, je me suis couché de bonne heure. Parfois, à peine que je n'avais pas le temps de me demi-heure après, la pensée qu'il était temps de tirer le volume que je croyais avoir dans les mains et devant de faire des réflexions sur ce que je venais de lire

La mise en page

Tu n'utiliseras pas Word pour tes mises en page. [C'est juste un logiciel de traitement de texte !].

Tu n'utiliseras pas Canva non plus pour tes mises en page. [Il est bien trop limité et pas fait pour !].

Tu ne créeras rien dans PowerPoint. [Il est bien trop limité et prévu QUE pour des diaporamas de base].

Tu utiliseras un gabarit.

Tu utiliseras une grille pour asseoir la structure de la mise en page.

Tu vérifieras la dimensions des marges.

Tu aligneras le contenu harmonieusement.

Tu placeras un folio sur chaque page.

Tu vérifieras ta mise en page sur une épreuve papier.

Tu assureras une répartition des blancs régulière dans l'ensemble de la mise en page.

Tu ne placeras pas un espace blanc au milieu d'une mise en page.

Tu établiras une hiérarchie visuelle qui mène à l'information la plus importante.

Tu utiliseras les bordures à bon escient, pas simplement pour faire joli ou boucher les « trous ».

Tu utiliseras des notes de bas de page * quand le contenu éditorial s'y prête.

Tu ne feras une mise en page originale QUE pour mettre en valeur une idée.

Tu vérifieras l'orthographe. [Les fautes sont signe d'ignorance et de négligence].

Tu ne compteras pas seulement sur le correcteur orthographique pour repérer une erreur.

Tu sauras que la lisibilité de caractères diffère considérablement à l'écran et sur papier. [Les couleurs aussi !].

Tu ne penseras pas que de petits ajustements améliorent une création ratée.

Tu suivras le conseil de Coco CHANEL : *Retirez toujours la dernière chose que vous venez d'ajouter*.

Tu archiveras clairement ton travail. [Pour le retrouver sans que cela soit un jeu de pistes].

Tu enregistreras régulièrement ton travail. [Sur deux supports.... minimum].

Tu reconnaîtras tes erreurs au lieu de les cacher.

La couleur

Tu n'utiliseras pas de **beige** pour attirer l'attention.
Tu sauras qu'un texte en **couleur** a autant d'impact qu'un texte en **gras**.
Tu penseras l'espace blanc comme une couleur et tu l'utiliseras à profit.
Tu ne choisiras pas une couleur seulement parce que tu l'apprécies.
Tu apprendras les effets de la surimpression.
Tu n'utiliseras pas de couleur autre que le noir pour les petits caractères.
Tu utiliseras des **couleurs** contrastées pour attirer l'oeil du lecteur.
Tu apprendras à utiliser l'outil pipette. 
Tu n'appliquerás pas de **couleurs analogues** l'une à côté de l'autre.
Tu ne placeras pas de **couleurs primaires** l'une à côté de l'autre.
Tu prendras en considération la luminosité et la blancheur du papier.
Tu n'utiliseras pas de couleur à la mode pour des projets qui doivent passer l'épreuve du temps.
Tu limiteras le nombre de couleurs. Deux dans une planche, c'est bien !

L'illustration

Tu ne te fieras pas uniquement à Google Images.
Tu ne négligeras pas les banques d'images. [Exemples : unsplash.com, pixabay.com, pexels.com].
Tu choisiras des images à la fois appropriées et de qualité.
Tu choisiras une image qui soutient le texte sans le paraphraser. [Sauf si tu t'adresses à des malvoyants].
Tu imagineras un système cohérent pour nommer les fichiers images numériques.
Tu vérifieras que toutes les images ont une résolution de 300 dpi. [Pour éviter les pixels gênants...].
Tu rééchantillonneras toutes les images à 300 dpi avant de les importer.
Tu n'imprimeras pas d'images à moins de 300 dpi.
Tu apprendras à connaître des différents formats de fichiers images. [PSD, EPS, JPG, PNG, TIFF].
Tu comprendras la relation entre la résolution et la taille de l'image.
Tu n'agrandiras pas une image à l'excès.
Tu n'utiliseras pas les filtres pour maquiller une image de mauvaise qualité.

Le logotype

Tu concevras un logo qui a une valeur mnémonique. (a)
Tu créeras un logo qui identifie plutôt qu'il ne décrit. (b)
Tu comprendras la relation entre le fond et la forme. (c)

 a  b  c
Tu dessineras un logo en noir et blanc avant d'appliquer la couleur.
Tu vérifieras que ton logo « fonctionne » en tout petit et en grand.
Tu privilégieras les fichiers vectoriels.
Tu n'ignoreras pas la charte graphique de ton client.
Tu exploreras la psychologie des couleurs.
Tu ne suivras pas aveuglément les règles de la psychologie des couleurs...
Tu sauras adapter les palettes de couleurs selon l'âge du public.
Tu admettras qu'il n'y a rien de pire qu'une mauvaise association de couleurs.
Tu créeras un logo que ton client pourra utiliser partout.
Tu créeras un logo qui fonctionne pour le Web ET l'imprimé.
Tu n'utiliseras pas une police ultra fine pour concevoir un logo.
Tu ne feras pas de plagiat volontaire.
Tu n'oublieras pas que l'on se souvient davantage de ce qui est différent.
Tu seras créatif et original, et tu ne céderas pas à la facilité.

Tu ne remettras jamais à demain ce que tu peux faire le jour même !!