



## Communication visuelle – utilisation des formes

par Jivan Roquet en partenariat avec LinuxGraphics

LinuxGraphic.org

Articles

Les formes sont partout. Les couleurs un peu moins. Certaines formes produisent des effets particuliers sur l'homme, et certaines couleurs aussi. De même que leur absence, parfois. Mais la conception d'un visuel combinant l'étude des deux éléments est souvent quelque chose de difficile et de passionnant à la fois. Pourquoi ? Difficile parce qu'exprimer un sentiment avec des formes et des couleurs n'est pas toujours la plus évidente des choses, et passionnant car on sait que ce même sentiment sera partagé par des centaines de gens, en cas de réussite.

Cet article s'intéresse aux trois formes fondamentales que sont le cercle, le triangle et le carré.

### Au commencement était la Terre...

... ou le soleil, ou la Lune, ou... l'oeuf. Le cercle, le rond, la sphère, est profondément ancré dans l'inconscient humain comme son stade de développement le plus précoce. Symbol foetal par excellence, il rassure, apaise, sécurise, aplanit les angles... Bon nombre d'assurances l'ont compris, au même titre que Volkswagen avec sa coccinelle, ou encore Renault avec sa Twingo. Mais qui dit stade embryonnaire, dit aussi développement. Le rond symbolise tout autant le début d'une chose que sa progression. Progression dans l'espace, progression dans le temps, progression dans l'estime... Symbole d'évolution donc. Et cette conception, chez les designers, est apparemment encore plus répandue que la première. J'en veux pour preuve Aérospatiale, la Nasa, la Cité des Sciences... toutes ces entreprises de pointe ou en relation avec l'industrie spatiale se servent du rond comme d'un symbole se référant au soleil et plus particulièrement à la Lune (car qui dit espace dit, plus ou moins consciemment, nuit), et comme d'une illustration de cette évolution, inscrite dans le cycle du développement humain, et même vital en général. La vie, la mort, la vie, la mort...



Le logo Nasa est particulièrement remarquable en ce sens qu'il intègre, en plus du rond et de l'ellipse blanche en son centre, une autre forme basée sur une des trois fondamentales, à savoir le triangle. Ce triangle rouge, qui vient donc se superposer à un disque d'un bleu rappelant celui de l'espace. Nous verrons plus loin la signification des couleurs dans la communication visuelle, donc arrêtons-nous simplement sur les formes pour dire ce que les couleurs confirmeront après : le dynamisme et l'esprit de conquête de l'homme (le triangle), part visiter l'immensité et percer les secrets de son origine (le cercle), cela en passant en plus au travers de l'ellipse blanche quasi concentrique au cercle, qui lui donne une plus grande dimension.

Mais étudions de plus près ce triangle...

### Et Dieu dit...

Le triangle a deux symboliques principales, tout comme le cercle. La plus évidente est évidemment (...) la sensation de pointe, d'avancement, d'expertise, dans le cas d'un triangle à angle aigu, comme

dans le cas du logo Nasa. Symbolique assimilable à la force d'insertion, de percée, de découverte. Plusieurs logos l'utilisent en tant que tel : les satellites Astra, la SNCF qui en utilise un dérivé (très dérivé, d'accord, mais dérivé quand même), et d'autres. On remarque encore des industries de pointe. Et toujours des sommets très aigus.

La deuxième symbolique majeure est plus applicable au triangle équilatéral. Il s'agit de l'évocation de la divinité, de ce qui a trait au domaine spirituel. Le triangle parfait avec ses angles à 60° chacun, pointant vers le ciel : image d'une élévation totale et massive vers le ciel, où le mental devient plus fin, se matérialisant en la pointe du triangle. La meilleure illustration que je connaisse de ce principe est attribuée, une fois n'est pas coutume, à un visuel de 45 tours (à l'époque) : l'album Dark Side of the Moon, chef d'oeuvre et plus gros succès commercial de l'excellentissime Pink Floyd.



Le titre du disque est assez évocateur : la face cachée de la lune. Symbole de mystère, d'insaisissable, de divin... Pourquoi alors ne pas prendre l'image de la lune ? Peut-être parce que celle-ci aurait représenté ce sujet, qui se voulait subtil, d'une manière trop directe et trop évidente. Choisir la subtilité est en effet un beau moyen d'évoquer la subtilité... Référence donc au triangle divin qui transforme la lumière blanche première, ce que certains pourraient comparer à une sorte d'essence spirituelle, en un rayon multicolore, lui interprétable par les hommes, et qui communique la vie à tout ce qu'il touche. Le tout dans une configuration entièrement dirigée vers le haut, les deux rayons faisant office d'ailes pour aider l'ascension du triangle central. Tout est parfait dans cette image, autant sa conception, son homogénéité parfaite, que la forme qu'elle représente. C'est, à mon goût, un des meilleurs visuels d'album que je connaisse (et que dire de la partie musicale ! ;-)

Si le triangle est une forme évocatrice du divin, la troisième fondamentale se réfère elle à un autre type de perfection : l'aboutissement.

### Et quand il contempla son oeuvre...

Rassurez-vous : point de religion ici, c'est uniquement pour illustrer le caractère de la dernière fondamentale, à savoir le carré.

Le carré symbolise donc l'aboutissement. La réalisation d'un projet, la durabilité, la constance d'une entreprise... La plus prestigieuse agence de design au monde en a même fait son emblème. Carré Noir est d'ailleurs la première à avancer cette idée, première parmi tant d'entreprises dont elle s'est chargée de concevoir le logo. PSA, Le Bon Marché...

Le carré a donc une importance considérable dans l'image d'une société, et c'est bien compréhensible pour la raison évoquée. C'est une forme équilibrée, régulière, et l'on peut la basculer dans tous les sens, elle restera toujours identique à elle-même. Impossible donc de déstabiliser une entreprise dont c'est le sigle. Cependant, on note une certaine "banalisation" du carré en tant que logo, dû au fait que la grande majorité des boîtes l'adoptent pour encadrer leur logo original, espérant lui donner une image plus solide, et le faire se démarquer des autres signaux visuels de son environnement. Intéressons-nous donc plutôt à celles qui ont fait de cette forme une véritable identité, plutôt qu'un accessoire.

Carré Noir, premièrement. Personnellement, ce nom m'a toujours fait penser aux petits carrés de

chocolat noir anglais, ceux à la menthe. Mais plutôt que cela, je pense qu'il est important de retenir la notion de délicatesse dans la prononciation de ces deux mots. Délicatesse brodée autour d'un noyau de solidité, de stabilité, d'achevé. Le carré seul constitue ce même noyau, là où le noir lui prête toute sa profondeur, son côté noble, sa poésie presque.

Et quelle image conviendrait mieux pour une maison de designers ? L'image de l'infaillibilité, de la stabilité, associée à la sensibilité et au charme ? Une main de fer dans un gant de velours, on pourrait dire. C'est tout à fait ce qui ressort de cette utilisation du carré, et qui correspond on ne peut mieux à l'activité de l'entreprise.



### Mélanges

Bien entendu, rien n'interdit, comme le montre si bien le logo Nasa, encore une fois, de procéder à des mélanges de ces formes (un carré n'est jamais que deux triangles rectangles isocèles collés par leurs hypoténuses...). Cela en utilisant bien sûr de manière judicieuse les propriétés de chacune pour les mettre en relation avec les autres. Ainsi, un cercle circonscrit autour d'un triangle équilatéral pourrait très bien signifier une évolution spirituelle, à titre d'exemple. Exemple non limitatif, bien entendu. A vous de créer vos propres combinaisons qui feront que votre visuel sera unique et reconnaissable parmi tous, tout en possédant un fort potentiel émotif auprès du public.

[Retour Sommaire Section](#)