VENDREDI C'EST GRAPHISM ! S01E09

LE 8 OCTOBRE 2010 ***GEOFFREY DORNE***

Cette semaine, Geoffrey vous parle Design & Open source, logo de GAP, showreel de Genki Ito mais aussi du travail pixel & jeu vidéo par Jonathan Ball! Et oui c'est vendredi et c'est Graphism!

Un grand bonjour graphique à toutes et tous,

Une belle actualité graphique cette semaine dans Vendredi c'est Graphism! avec beaucoup de sujets assez divers ! Si ça vous tente, on parlera aujourd'hui Open Source & Design, on fera également un point sur le nouveau logo de GAP & le dernier showreel de Genki Ito (assez bluffant!). On enchainera ensuite avec le travail pixel & jeu vidéo de Jonathan Ball, puis je vous inviterai à regarder un projet de design du CIID. Pour finir, on va relativiser sur "la couleur" dans le design et un bon WTF bourré d'insultes québécoises ;-)

réflexion

Voici une réflexion menée entre mon ami **Avétis** & moi-même sur les questions d '**opensource & de design**. En effet, l'idéologie opensource est très présente dans certaines sphères du web, de développeurs, etc. mais encore assez rare chez les designers, voire quasi inexistante. Pourtant, les outils (pas forcément les outils de création, mais tous les autres) que nous utilisons sont nombreux a être sous licence opensource.

photo

Quelques questions :

1 – Serait-il possible d'imaginer, pour faire face aux efforts des développeurs qui travaillent sur des projets opensource, que tous les designers qui utilisent des applications opensource puissent aider un projet opensource — pas obligatoirement un qu'ils utilisent — à se faire une beauté, une identité visuelle, une affiche, à communiquer sur leur existence. On le sait, les applications opensource manquent souvent d'une bonne interface, d'un bon logo, d'une bonne touche graphique et cette forme de donation pourrait apporter un bien fou à la communauté opensource. On pourrait même imaginer un petit portail web à cet effet.

2 – Au-delà de ce côté participatif, la diffusion avec les sources des travaux des designers serait également un gros plus pour les projets opensource. On sait très bien que dans le milieu professionnel, les sources ont une valeur financière, qu'il est possible de les vendre. Ici, avec l'opensource, à l'instar des logiciels, les designers laisseraient leurs sources à dispositions.

3 - Selon-vous, quelle licence creative commons correspondrait le mieux à cette forme d'échange de bons procédés ?

4 – Si des sources graphiques sont diffusées avec un projet opensource, il serait intéressant qu'elles le soient dans un format libre et ouvert. il arrive très souvent qu'un logo soit partagé par son créateur dans le format AI (ou pdf) propriétaire. (remarque ajoutée par lolobobo en commentaire)

Voilà, le terrain est en friche, je vous invite à y réfléchir également et pourquoi pas, proposer vos propres idées !

source

logo(s)

Dans l'actualité design & graphisme de la semaine, voici un petit évènement qui a fait beaucoup de bruit chez les designers & de nombreux curieux. Il s'agit du nouveau logo de GAP qui a pris un virage à 180 degrés.

Fondée en 1969 à San Francisco, Gap est l'une des marques les plus populaires de prêt à porter aux États-Unis. Avec 1140 magasins en Amérique et près de 300 autres à l'étranger, Gap possède une visibilité très large et une bonne image auprès de son public. Mais voilà, Gap a lancé très discrètement son nouveau logo avant-hier. Au début, j'ai cru à un "fake" comme l'on dit, mais non, c'est bel et bien le nouveau logo.

Avec la Helvetica pour typographie, zéro prise de risque, on se retrouve avec un logo tout à fait standardisé. Le petit carré ombré dans le coin n'aide pas non plus le logo en lui apportant un côté presque bas de gamme. Pour encore un peu plus de fun, un **compte Twitter** a même surgi 24 heures après la sortie du logo. Et le pire c'est que GAP est resté muet et qu'aucun communiqué de presse officiel a expliqué le travail sur ce logo.

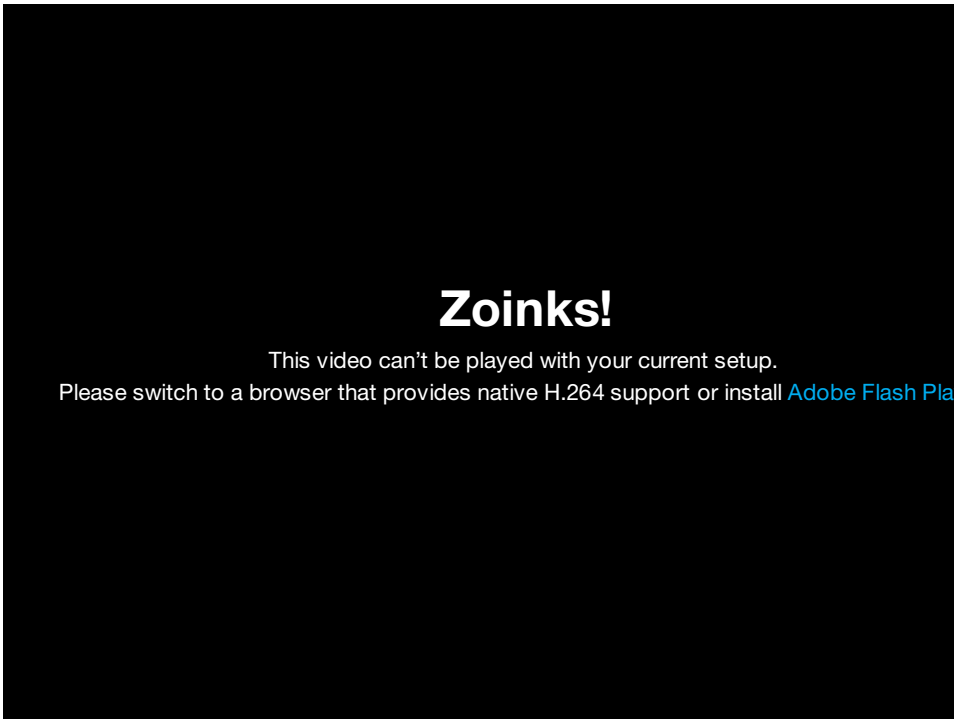
l'ancien

le nouveau

source & **source**

artiste

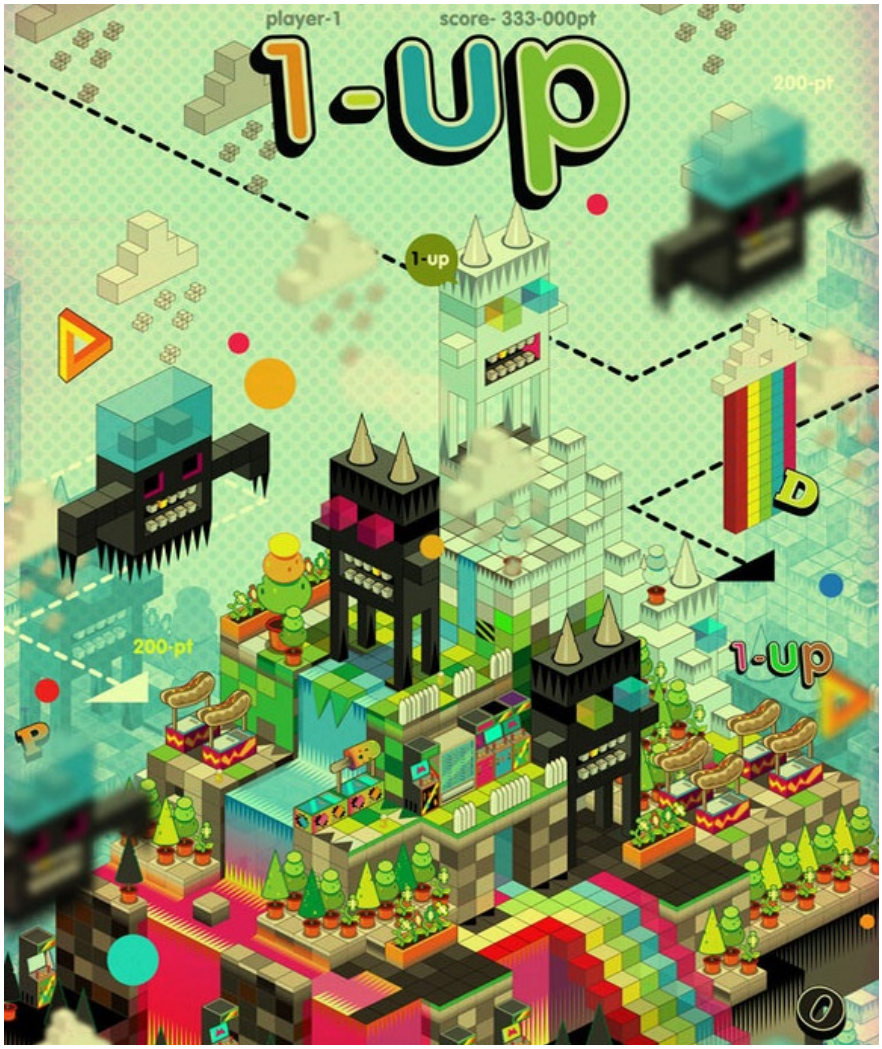
On enchaine avec la sortie cette semaine du showreel (vidéo de présentation) du talentueux designer Genki Ito. Ce jeune homme a rejoint W + K Tokyo Lab en 2004 et a travaillé depuis sur des projets aux grands noms tels que Google, Nike ou encore PlayStation. Il a également reçu plusieurs prix de design… mérités !



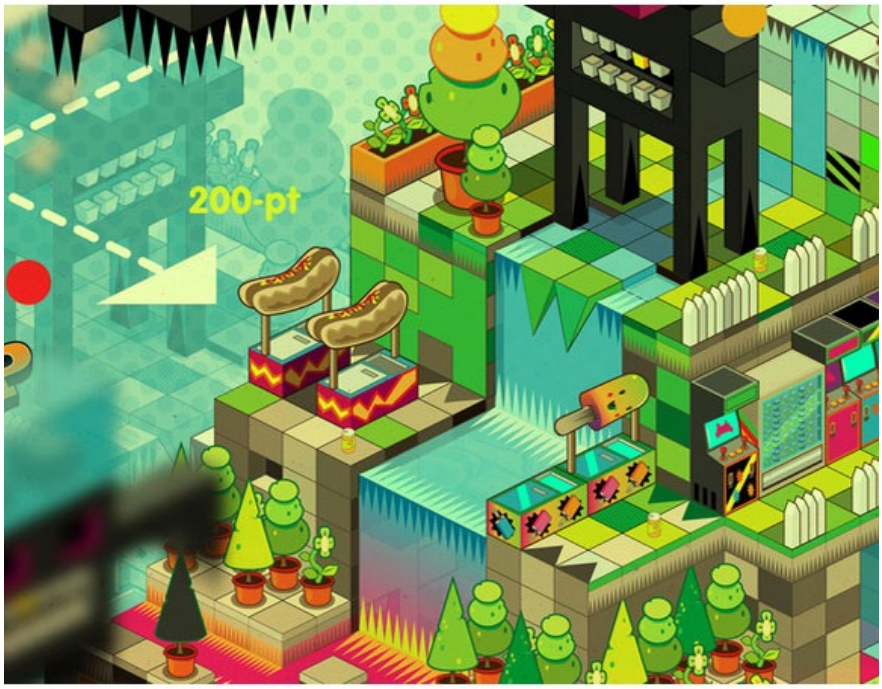
source

artiste

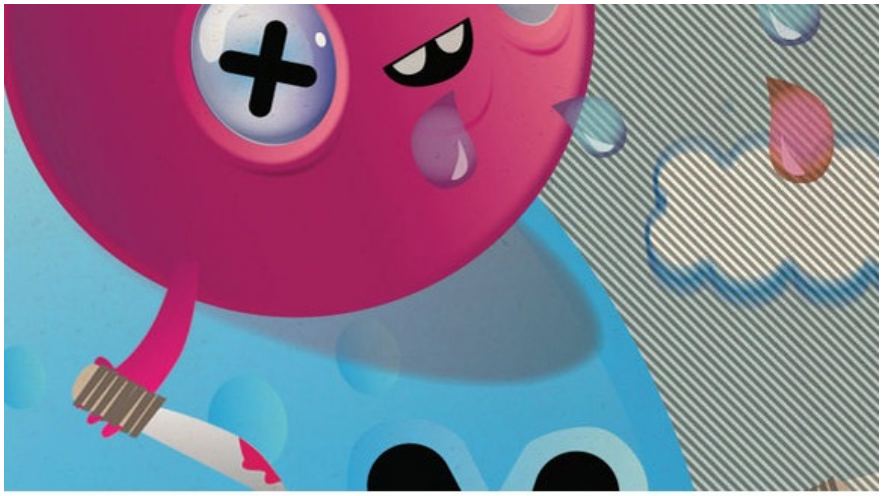
On s'éloigne du design de quelques pas pour jeter un œil du côté de l'illustration et notamment avec ces mondes inspirés de l'univers 8-bit et celui du jeu vidéo. Réalisées par l'illustrateur et designer anglais Jonathan Ball, ces créations sont pleines de couleurs de joie et de détails. L'idée globale que l'auteur présente est que les jeux 8-bit peuvent gouverner le monde, tout simplement ;-)



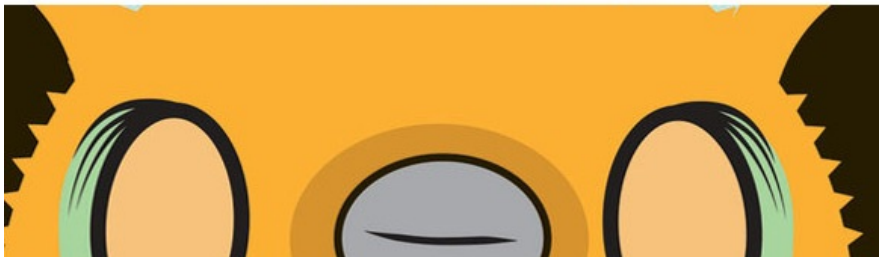
1-up

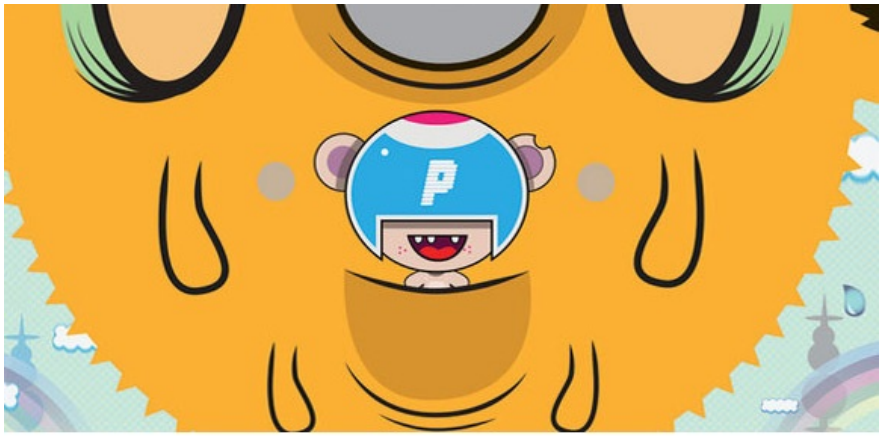

200-pt

1-up



1-up





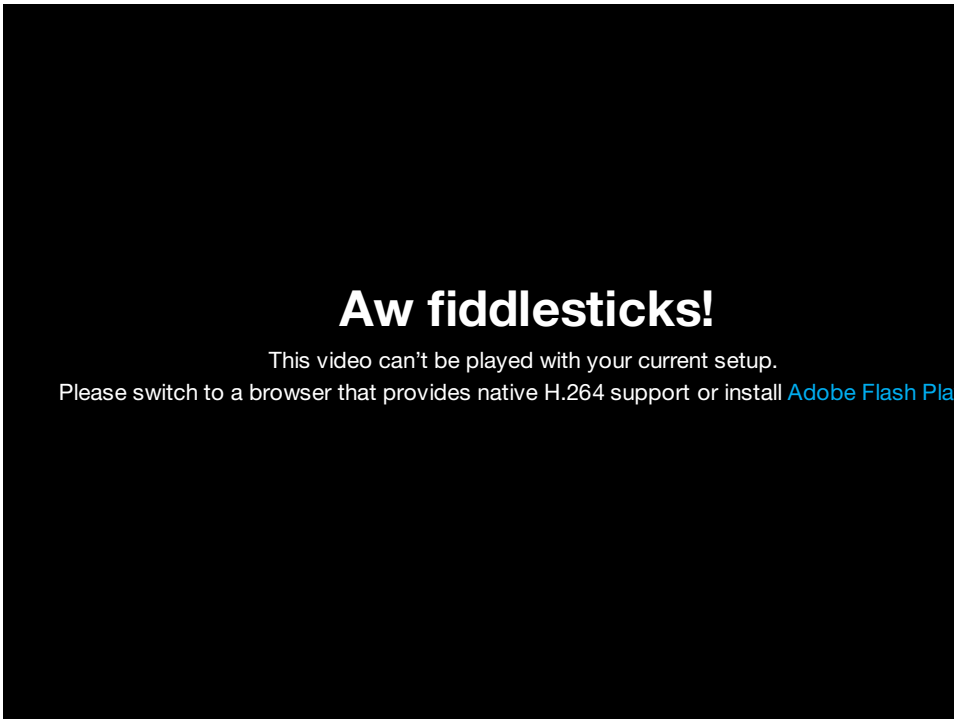
source

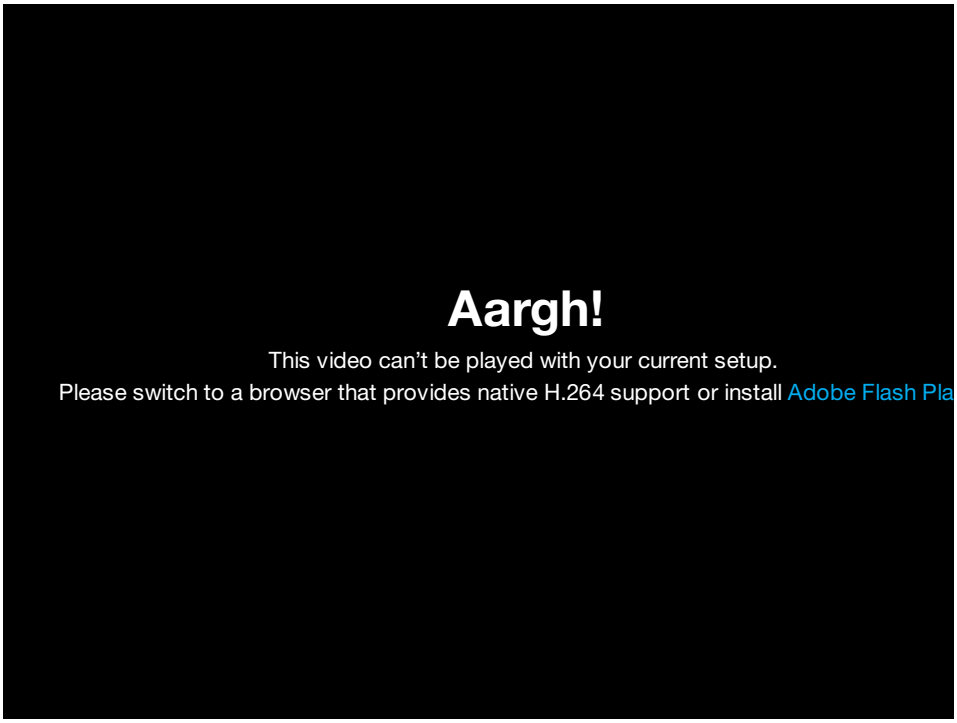
design

Voici ensuite un projet assez intéressant intitulé LSSE pour Locate, Support, Survive, Endure. Ce projet, réalisé par Ishac Bertran (étudiant en design au Copenhagen Institute of Interaction) est prévu pour relier des survivants, les secouristes et les bénévoles en cas de catastrophe de grande envergure. Le tout fonctionne avec de la visioconférence et de la cartographie. Les informations sont envoyées à un tableau de bord central, sur lequel les responsables des secours gèrent tous les aspects logistiques.

Ce réseau est donc utilisé à différents niveaux :

pour le choix matériel emporté par les secouristes
pour garder un certain calme au sein des survivants
pour communiquer avec sa famille





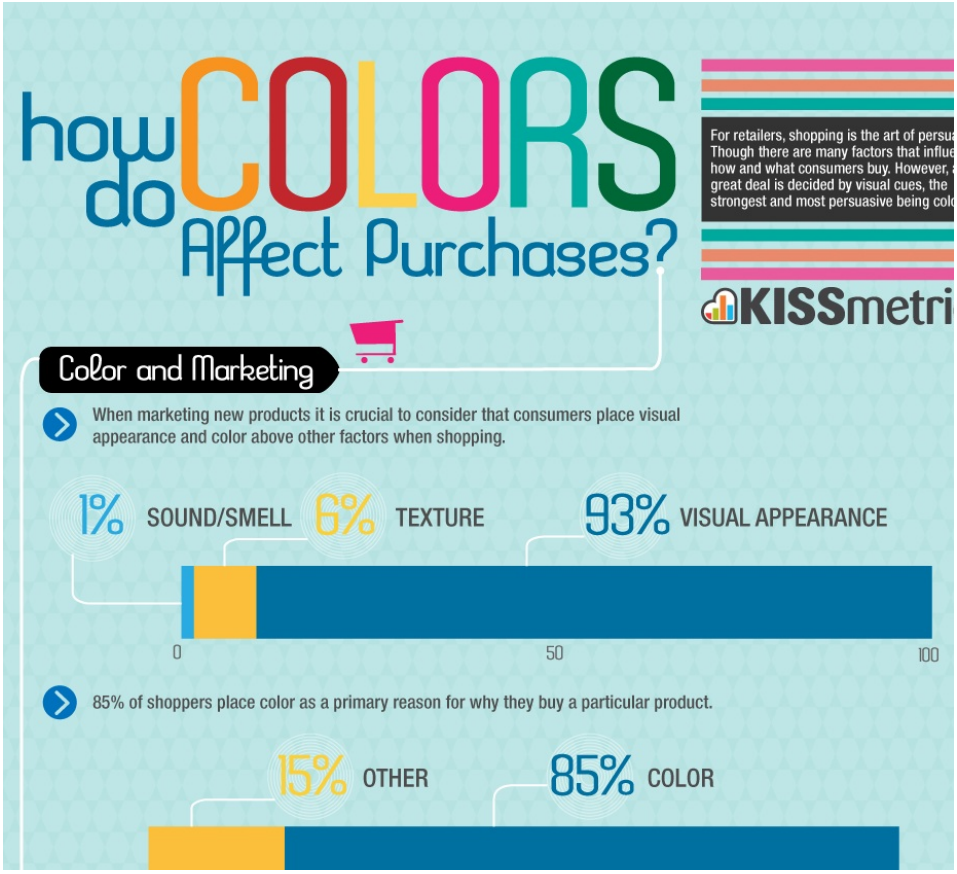
source

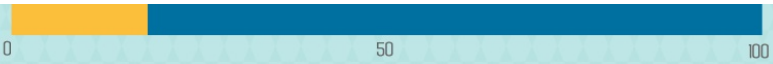
data visualisation

On continue le tour de la semaine avec cette belle image que Jacinthe Busson, designer & ergonome a bloggué cette semaine. Il s'agit là d'un topo sur les liens entre la couleur, son aspect et ses répercutions sonnantes et trébuchantes sur le commerce. Loin de poser un dogme sur la signification des couleurs, cette grande visualisation nous rappelle quand même des éléments fondamentaux.

Jacinthe en extrait quelques chiffres :

52% des clients ne reviennent pas sur un site web à cause de son esthétique.
42% des consommateurs fondent leur opinion sur la conception globale d'un site web.
60% des consommateurs se sentent à l'aise et sont plus susceptible d'acheter un produit qui a le mot «garantie» qui lui est associée.





Color and Branding

Color increases brand recognition by 80%. Brand recognition directly links to consumer confidence.

Color and Consumer

Color is one of the most powerful methods of design. However, it is not entirely universal. Colors that entice in North America are different from those that entice in India. Below are colors that affect North American online shoppers.

YELLOW

- OPTIMISTIC AND YOUTHFUL
- OFTEN USED TO GRAB ATTENTION OF WINDOW SHOPPERS

RED

- ENERGY
- INCREASES HEART RATE
- CREATES URGENCY
- OFTEN SEEN IN CLEARANCE SALES

BLUE

- CREATES THE SENSATIONAL OF TRUST AND SECURITY
- OFTEN SEEN WITH BANKS AND BUSINESSES

GREEN

- ASSOCIATED WITH W
- THE EASIEST COLOR
- EYES TO PROCESS
- USED TO RELAX IN S

ORANGE

- AGGRESSIVE
- CREATES A CALL TO ACTION: SUBSCRIBE, BUY, OR SELL

PINK

- ROMANTIC AND FEMININE
- USED TO MARKET PRODUCTS TO WOMAN AND YOUNG GIRLS

BLACK

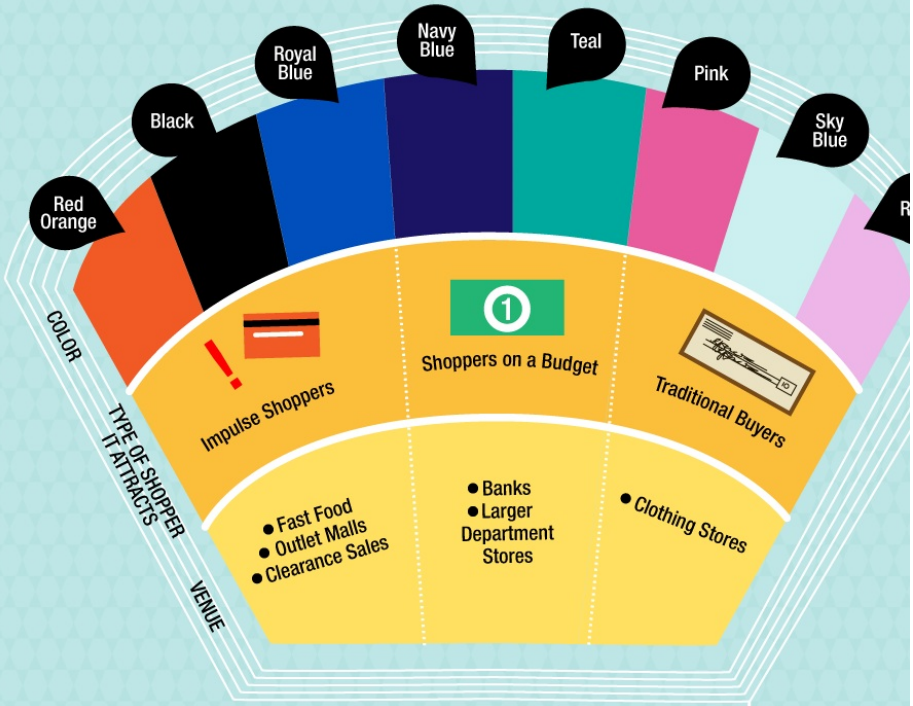
- POWERFUL AND SLEEK
- USED TO MARKET LUXURY PRODUCTS

PURPLE

- IS USED TO SOOTHE
- OFTEN SEEN IN BEA
- ANTI-AGING PRODUC

Color and Consumer

Color also has the unique ability to attract specific types of shoppers and change shopping behavior.



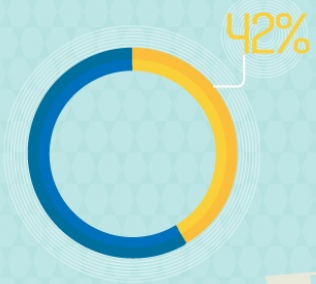
Other Influences:

Color is not the only item that influences consumer behavior. For online shoppers design, buzz words and convenience effect their need to shop.

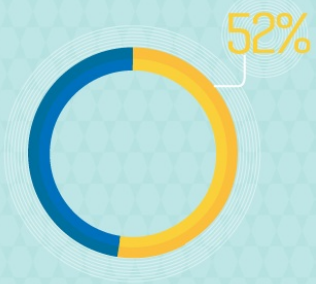
Overall Design

For many online shoppers, poor website navigability and poor overall design is the reason why they choose not to purchase from a particular website.

PERCENTAGE OF SHOPPERS THAT BASE THEIR OPINION OF A WEBSITE ON OVERALL DESIGN ALONE:



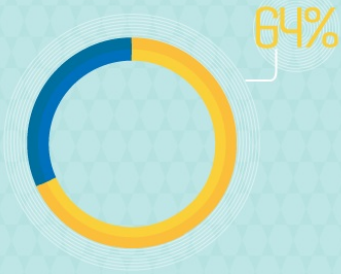
PERCENTAGE OF SHOPPERS THAT DID NOT RETURN BECAUSE OF OVERALL AESTHETICS:



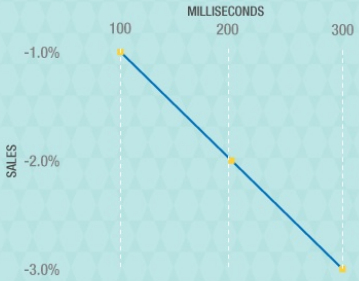
The Element of Time

Speed, efficiency and convenience are one of the many reasons why shoppers are turning to internet retailers. Having a web site that runs even five seconds slower than your competitors could mean a huge economic loss.

PERCENTAGE OF ONLINE SHOPPERS DID NOT PURCHASE ITEMS BECAUSE THE WEBSITE WAS TOO SLOW:



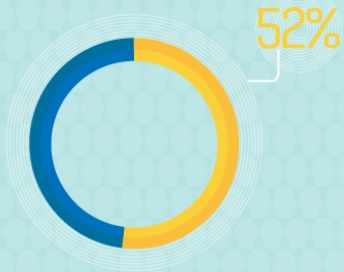
AMAZON.COM FOUND THAT WITH EVERY 100MS LOAD TIME THERE WAS A 1% DECREASE IN SALE



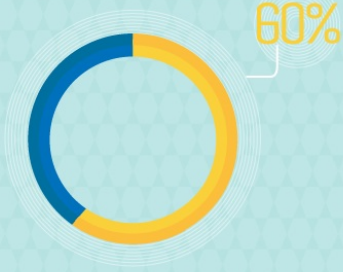
Power Words

Retailers rely on the ability for words to evoke emotions in consumers. The right 'power' word could be the difference between a consumer purchasing an identical item at one retail shop over the other.

52% OF CONSUMERS ARE MORE LIKELY TO ENTER A STORE IF THERE IS A SALE SIGN IN THE WINDOW



60% OF CONSUMERS FEEL AT EASE AND ARE MORE LIKELY TO BUY A PRODUCT THAT HAS THE WORD 'GUARANTEED' ASSOCIATED WITH IT.



Sources: Directory Journal, Color Matters.com, "the Effects Of Store Environment On Shopping Behaviors: A Critical Review" by Shun Yin Lam, "The Profit of Color" by Color Marketing Group, "The Psychology of Color in Marketing" by June Campbell, "The Psychology of Web Performance"

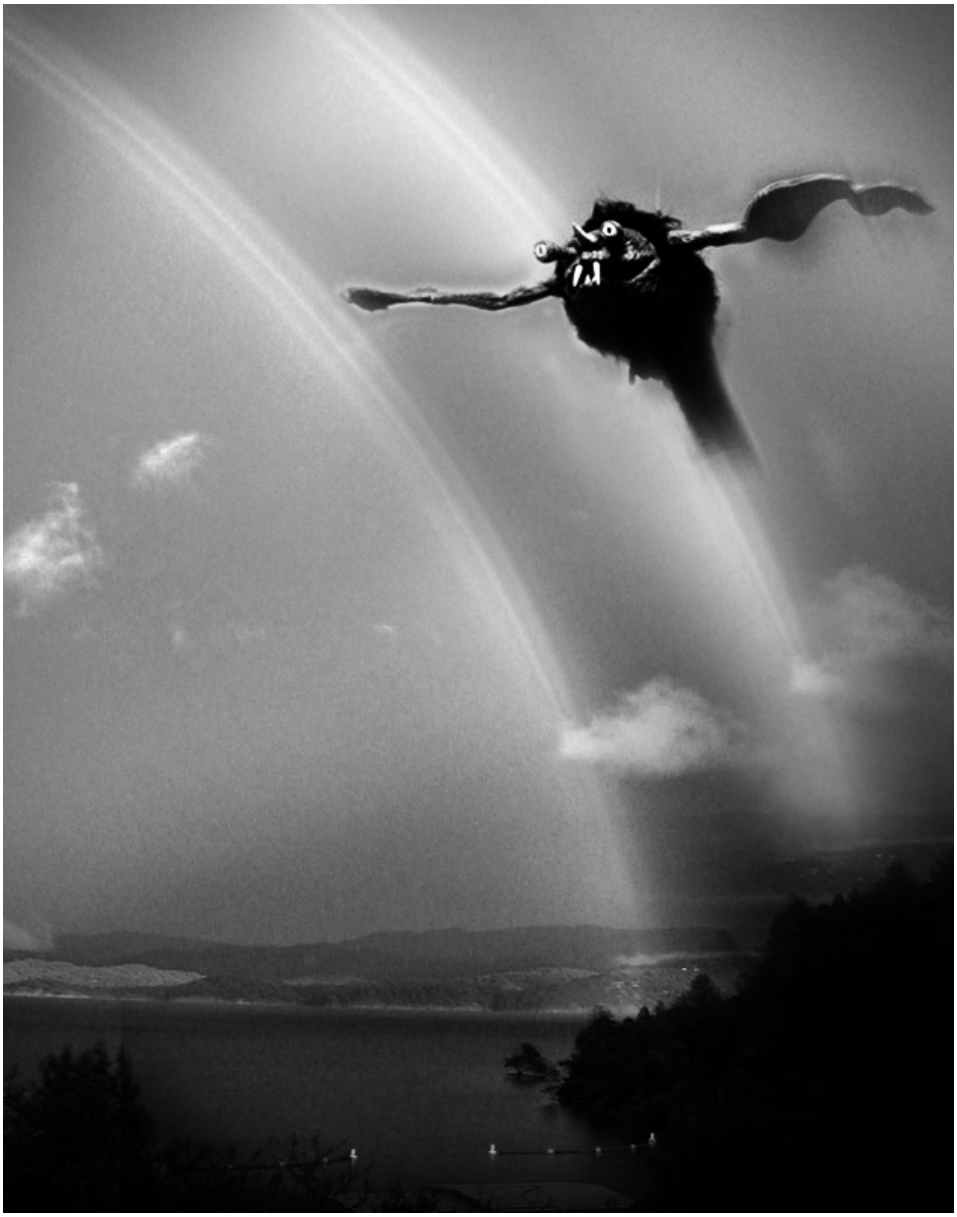
source

On termine la semaine avec du bon WTF québécois comme on les aime ! Réalisés par le Tampographe Sardon, ces tampons sont une superbe collection des insultes québécoises les plus drôles, prenantes et les plus vulgaires ! **Mais pourquoi est-il si méchant ? ;-)**

source

le mot de la fin.

Un petit mot de la fin sous forme d'image ;-)



GABYU
le 8 octobre 2010 - 11:45 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

“format AI (ou pdf) propriétaire. ” Sinon, il ya SVG.

le generateur GAP ne fonctionne plus (502)

VOUS AIMEZ 0 VOUS N'AIMEZ PAS 0 LUI RÉPONDRE

J-E
le 8 octobre 2010 - 11:46 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

Très bon ce petit post, bientot tu pourras le présenter à la télé hehe
Pour ce qui est e l’open source, tu as pointé du doigt un point essentiel; l’interface et l’identité du logiciel.
Il faudrait une plateforme ou l’on pourrait réunir du beau monde pour pouvoir rassembler ces idées VOIRE les mettre en pratique qui sait. Ah et le schéma tres bon.

VOUS AIMEZ 0 VOUS N'AIMEZ PAS 0 LUI RÉPONDRE

GEOFFREY DORNE
le 8 octobre 2010 - 11:47 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

Merci Gabyu ;-)

VOUS AIMEZ 0 VOUS N'AIMEZ PAS 0 LUI RÉPONDRE

FABIEN
le 9 octobre 2010 - 23:26 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

C'est une blague le logo de Gap ?

VOUS AIMEZ 0 VOUS N'AIMEZ PAS 0 LUI RÉPONDRE