

Les fondamentaux du

DESIGN GRAPHIQUE

L'ouvrage original en langue anglaise
est paru en 2018 sous le titre
The Language of Graphic Design - 2^e édition
aux éditions

Rockport Publishers, Inc., une division de Quayside Publishing Group
100 Cummings Center
Suite 406-L
Beverly, Massachusetts
01915-6101
USA

© Rockport Publishers, Inc. 2018

© Dunod, 2012, 2018 pour la traduction française,
2024 pour la nouvelle présentation
11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

ISBN 978-2-10-085743-2

Direction artistique : Poulin + Morris Inc.
Imprimé en Malaisie

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without permission of the copyright holder.

While every effort has been made to contact owners of copyright material produced in this book, we have not always been successful. In the event of a copyright query, please contact the publisher.

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle [Art. L 122-4] et constitue une contrefaçon punie par le Code pénal.

Seules sont autorisées [Art. L 122-5] les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 et L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.



Richard Poulin

Traduction de **Fabrice Lemainque**
actualisée par **Julie Perry** pour la 2^e édition

Les fondamentaux du

DESIGN GRAPHIQUE

**Les 26 concepts clés
de la communication visuelle**

2^e édition

DUNOD

Introduction 6

1 Point 20

2 Ligne 28

3 Contour 38

4 Forme 48

5 Lumière 56

6 Couleur 66

7 Texture 80

8 Échelle 90

9 Mouvement 100

10 Espace 110

11 Équilibre 120

SOMMAIRE

- 12 Symétrie 130
- 13 Asymétrie 138
- 14 Tension 148
- 15 Complétion 158
- 16 Expression 166
- 17 Abstraction 176
- 18 Ton 186
- 19 Contraste 196
- 20 Fond-forme 206
- 21 Cadre 216
- 22 Proportion 226
- 23 Image 234
- 24 Motif 244
- 25 Typographie 254
- 26 Grille 268
- Glossaire 279
- Index 281
- Contributeurs 291
- À propos de l'auteur 294
- Dédicace 294
- Remerciements 294
- Crédits 295
- À propos de ce livre 295

langue [lãg] n. f.

1 : système de signes linguistiques et vocaux qui permet la communication au sein d'une communauté.

2 : forme ou tournure d'une expression verbale. *Voir style*

Le design graphique est un processus d'apprentissage et de création continu : les professionnels sont sans cesse confrontés à la nécessité d'innover et d'intégrer une réalité changeante à leur approche du graphisme et de la communication visuelle. Pour concilier l'exigence de rigueur inhérente au métier tout en aiguisant votre créativité, il vous faudra aborder le design graphique comme un langage à part entière, doté d'un alphabet, d'un vocabulaire et d'une syntaxe propres.

Dans un premier temps, vous aurez besoin de vous référer régulièrement à un ensemble de fondamentaux et de principes avant de maîtriser complètement ce langage visuel. Ce manuel a vocation à constituer un ouvrage de référence pour toutes les personnes amenées à concevoir des solutions graphiques ainsi qu'à stimuler leur créativité.

Comme pour l'apprentissage de tout nouveau langage (écrit, oral ou visuel), vous devez d'abord vous familiariser avec les bases (alphabet, lexique, logique, usages, etc.) avant d'en maîtriser toutes

les subtilités qui vous permettront de nuancer vos propos ou de les adapter à votre public cible. Pour un graphiste, qu'il soit encore étudiant ou déjà professionnel, une connaissance approfondie des

« L'important n'est pas ce que vous regardez, mais ce que vous voyez. »

HENRY DAVID THOREAU (1817-1862), auteur et naturaliste américain

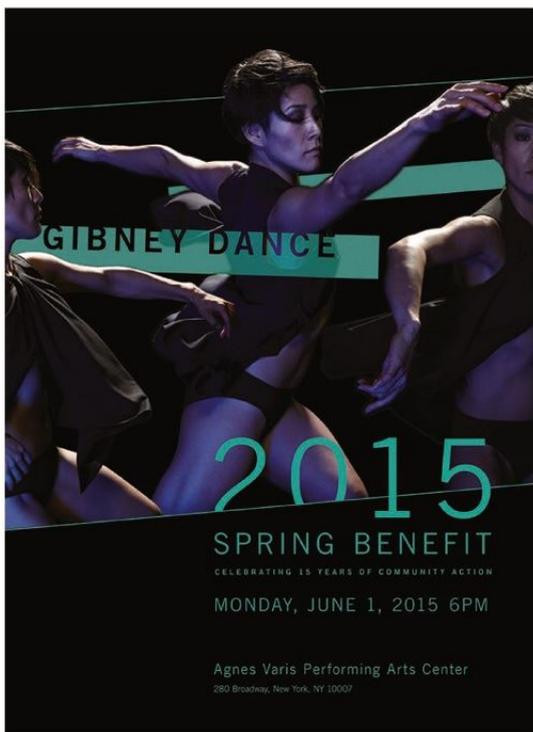
principes et des fondamentaux exposés dans cet ouvrage abondamment illustré est absolument essentielle.

Les points, les lignes, les formes, la lumière, les couleurs, les cadres, les images et la typographie constituent les composantes du vocabulaire élémentaire du designer graphique. Les principes de design (mouvement, équilibre, symétrie, asymétrie, tension, expression, contraste, proportion, grille) constituent quant à eux un cadre de base pour concevoir, à partir de ces éléments, des créations visuelles efficaces et percutantes.

Formuler une phrase est pour nous un acte des plus banals, car les principes fondamentaux de la communication écrite et verbale nous ont été inculqués dès notre plus jeune âge. S'il n'en va pas de même en matière de communication visuelle, il est toutefois possible d'assimiler les bases du design graphique, de la

La nouvelle identité de la marque ASICS Tiger s'inspire des affiches superposées comme on en voit dans les rues. Elle fait appel à des compositions surdimensionnées et qui jouent sur plusieurs niveaux, avec des images fortes et une police sans empattement spécialement conçue pour la marque. Voir chapitre 8 : Échelle, chapitre 23 : Image et chapitre 25 : Typographie pour de plus amples informations sur ces éléments et principes fondamentaux.

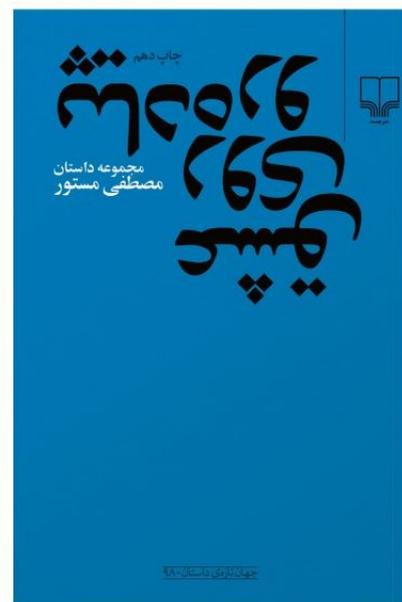
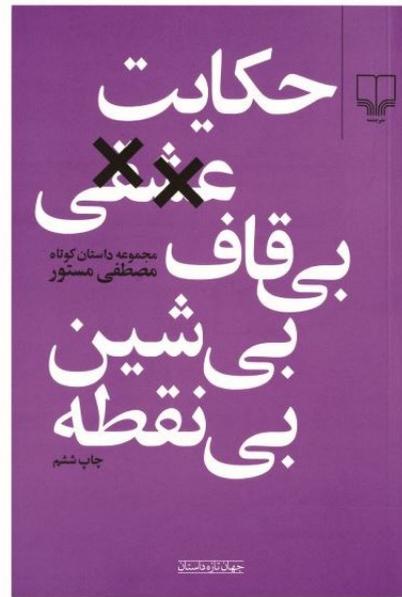
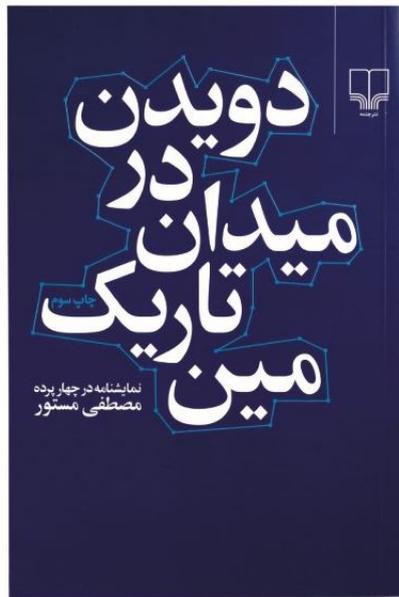
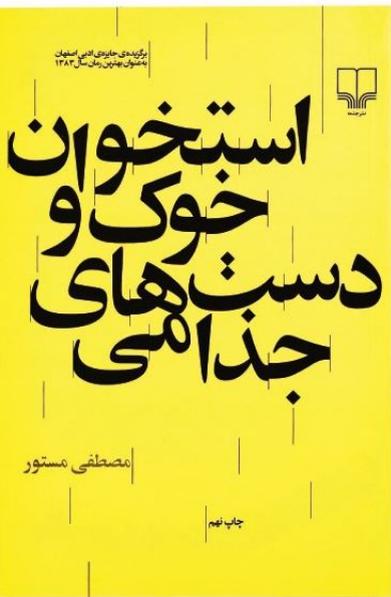
BRUCE MAU DESIGN
Toronto, Ontario, Canada



Les lignes entrecroisées et la vivacité des couleurs, combinées à une photo puissante en quadrichromie et à une typographie efficace donnent une impression de mouvement à cette affiche promotionnelle de la compagnie new-yorkaise Gibney Dance. Voir chapitre 2 : Ligne, chapitre 6 : Couleur,

chapitre 9 : Mouvement et chapitre 23 : Image pour de plus amples informations sur ces éléments et principes fondamentaux.

POULIN + MORRIS INC.
New York, États-Unis



Cette série de couvertures conçue pour des nouvelles de Mostafa Mastoor repose sur un équilibre subtil entre formes et motifs. Mélange de lignes pures, de couleurs intenses, de variations d'échelle extrêmes et de calligraphie arabe, il s'en dégage une impression visuelle forte. Voir chapitre 2 : Ligne, chapitre 4 : Forme, chapitre 6 :

Couleur, chapitre 8 : Échelle, chapitre 24 : Motif et chapitre 25 : Typographie pour de plus amples informations sur ces éléments et principes fondamentaux.

STUDIO ABBASI
Téhéran, Iran



même façon que nous avons appris celles de l'orthographe, de la grammaire et de la syntaxe.

Comme pour la première édition, parue en 2011, cette nouvelle édition est organisée en 26 chapitres, comme les 26 lettres de l'alphabet latin. Chacun de ces chapitres étudie en profondeur, illustrations à l'appui, un élément ou un principe de base du graphisme (nature, importance et façon de l'utiliser au mieux). En outre, chaque chapitre comprend un texte de présentation accompagné d'illustrations mettant en lumière un artiste majeur et son œuvre dans l'histoire du graphisme, de manière à apporter un éclairage supplémentaire.

L'importance de l'écrit constitue un autre fil conducteur de cet ouvrage, en accord avec l'une de mes convictions d'enseignant. Si à la base, un designer graphique est un interprète visuel, il est impossible d'être un communicant efficace sans respect ni connaissance approfondie du message écrit. J'ai toujours insisté auprès de mes étudiants en graphisme sur la valeur de l'écrit. Aucun terme ne doit être considéré comme allant de soi, raison pour

« Le défi du designer graphique consiste à transformer des données en informations et des informations en messages signifiants. »

KATHERINE MC COY (NÉE EN 1945), *designer graphique et enseignante américaine*

laquelle je les exhorte tous à toujours se référer à un dictionnaire pour se remettre en tête la définition d'un mot, y compris les termes les plus courants. Preuve de cette conviction profonde, chaque chapitre s'ouvre sur la définition de l'élément ou du principe graphique auquel il est consacré. Je suis persuadé que cette manière de procéder clarifie le message à interpréter visuellement.

« La créativité [...] suppose la capacité à faire preuve d'originalité, à s'affranchir des approches existantes, à évoluer librement dans le royaume de l'imagination et à (ré-)inventer des univers par la pensée, le tout avec un regard critique. »

OLIVER SACKS (1933 - 2015) écrivain, enseignant et neurologue britannique

Avec cet ouvrage, j'espère parvenir au même résultat avec mes lecteurs.

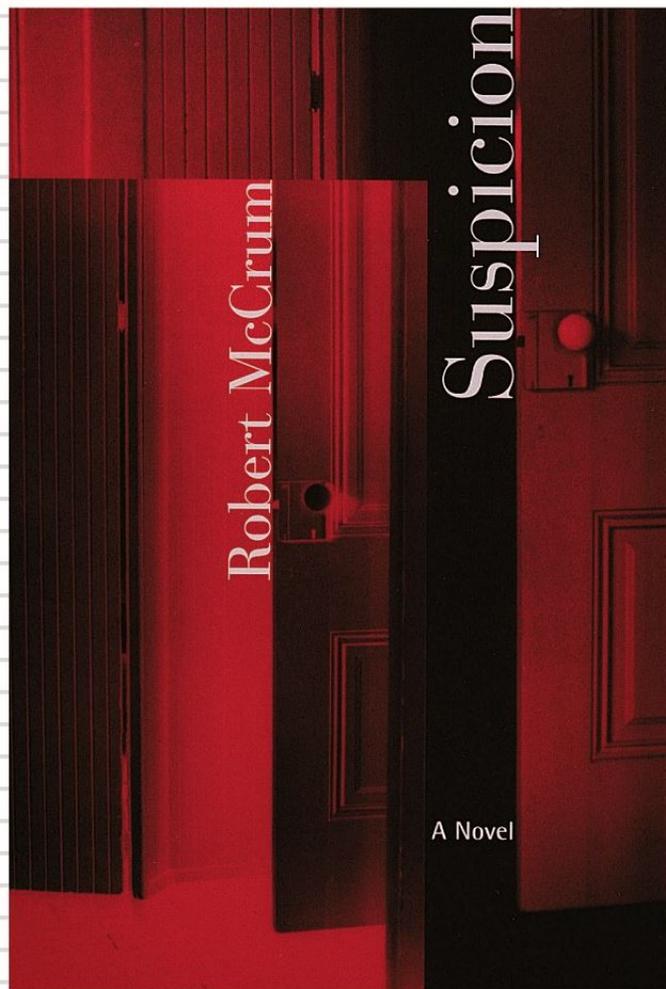
Pris ensemble, ces 26 principes

ou éléments fondamentaux du graphisme permettent de communiquer dans un langage visuel plus accessible et universel. Ils feront de vous un designer graphique plus efficace et vous seront d'une aide précieuse tout au long de votre carrière. Faute d'en tenir compte, vous courez le risque que vos créations tombent à plat et ne trouvent aucun écho auprès de leur public.

Pour cette couverture, on a eu recours à des effets d'asymétrie et de contraste pour attirer l'attention et refléter la tension qui imprègne l'intrigue principale du roman *Suspicion*. La palette sombre utilisée dans cette image photographique en bichromie construite autour de l'alternance positif/négatif accentue ce caractère oppressant. Voir chapitre 6 :

Couleur, chapitre 13 :
Asymétrie, chapitre 18 : Ton,
chapitre 20 : Fond-forme et
chapitre 23 : Image pour de
plus amples informations
sur ces éléments et principes
fondamentaux.

POULIN + MORRIS INC.
New York, États-Unis



Cette double page, tirée d'un recueil de poésie qui célèbre les thématiques narratives du poème inaugural de Maya Angelou *On the Pulse of Morning*, joue sur les contrastes au niveau de l'échelle, de l'espace, de l'image photographique et de la typographie. La dimension dramatique de la photo s'accompagne d'une typographie efficace,

en lien avec le contenu et la symbolique du poème. Ici, le contraste sert à créer de façon intuitive une expérience visuelle riche en signification et en émotions. Voir chapitre 8 : Échelle, chapitre 10 : Espace, chapitre 19 : Contraste, chapitre 23 : Image et chapitre 25 : Typographie pour de plus amples informations sur ces

éléments et principes fondamentaux.

SYLWIA CISEK, ÉTUDIANTE
RICHARD POULIN,
ENSEIGNANT
SCHOOL OF VISUAL ARTS,
New York, États-Unis

Ces 30 dernières années, j'ai pu constater, en tant qu'enseignant, la rareté des ouvrages de référence pour les étudiants en graphisme et les professionnels en début de carrière, notamment de manuels consacrés aux fondamentaux du design graphique et susceptibles de constituer une source d'inspiration. Cette nouvelle édition dépasse le simple cadre scolaire, dans la mesure où elle englobe aussi bien des travaux d'étudiants et que de professionnels du graphisme qui se sont distingués depuis la parution de la première édition par leurs idées, leurs approches et leurs créations innovantes. Les travaux sélectionnés sont également représentatifs du dynamisme des communautés éducatives et professionnelles de pays tels que le Canada, le Royaume-Uni, la Belgique, l'Espagne, l'Iran, la Serbie et les États-Unis. Cette diversité fait de cet ouvrage illustré un outil de référence particulièrement pertinent et utile pour les étudiants et les professionnels débutants.

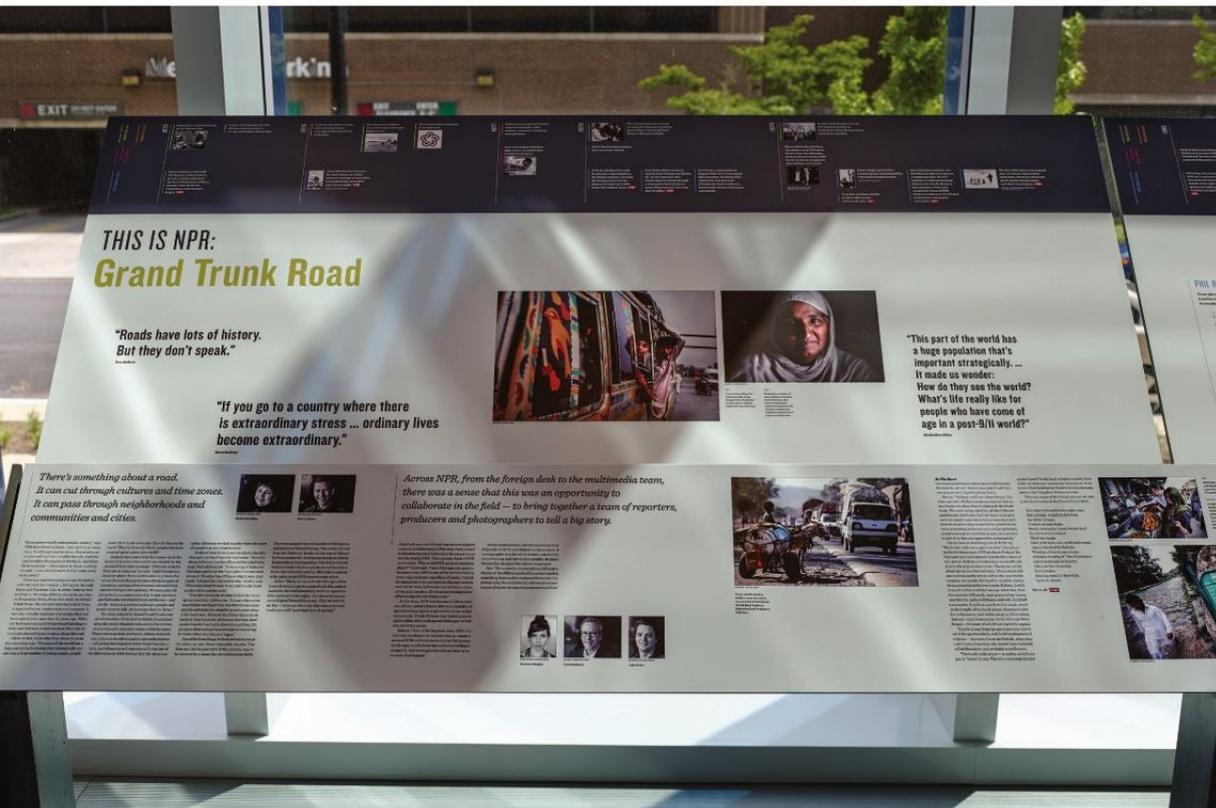
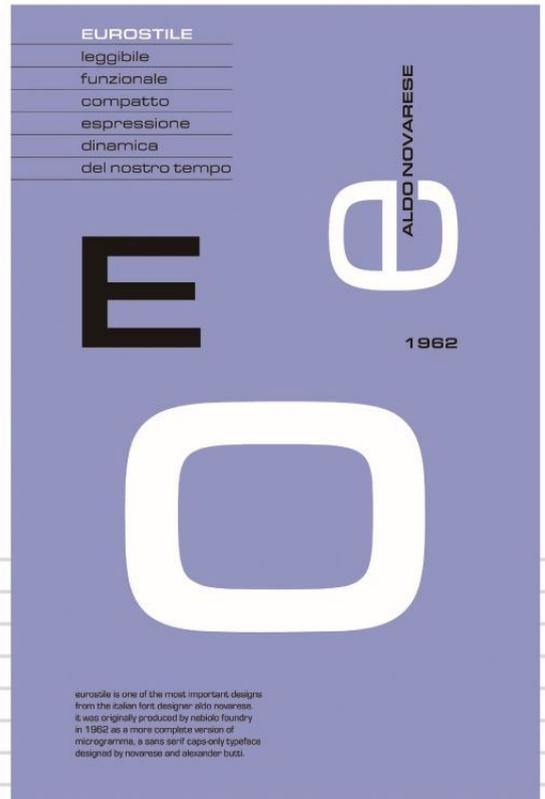
**« La chose la plus difficile à voir est
celle qui se trouve sous vos yeux. »**

GOETHE (1749 - 1832), écrivain allemand

Cette affiche qui célèbre la création en 1962 de l'Eurostile, l'une des polices de caractères géométriques et sans empattement les plus populaires conçues par le typographe italien Aldo Novarese (1920-1998), est structurée autour de caractères surdimensionnés et en gras, disposés de façon asymétrique.

Voir chapitre 13 : *Asymétrie* et chapitre 25 : *Typographie pour de plus amples informations sur ces éléments et principes fondamentaux.*

HAEUN KIM, Étudiante
RICHARD POULIN,
Enseignant
SCHOOL OF VISUAL ARTS
New York, États-Unis



Tout comme la première édition, la présente édition de cet ouvrage consacré aux principes fondamentaux du design graphique a pour ambition de constituer une ressource utile et une source d'inspiration tout au long de vos études et de votre carrière.

Pour hiérarchiser les différentes composantes de cette exposition permanente et interactive, qui s'étend sur plus de 22 mètres et qui est intitulée *This is NPR*, on a eu recours à une grille. Celle-ci se compose de cinq parties, racontant chacune une histoire sur la *National Public Radio* et ses auditeurs et comprenant un titre, du texte, des citations mises en exergue, des légendes et des

photos. La partie supérieure comprend une chronologie des principaux événements qui ont ponctué l'histoire de ce service public de radiodiffusion, de la radio en général et du monde. Voir chapitre 26 : Grille pour de plus amples informations sur ces éléments et principes fondamentaux.

POULIN + MORRIS INC.
New York, États-Unis



Les polices Hoefler (de haut en bas, de gauche à droite) : Surveyor 2001, Landmark 1999, Idlewild 2012, Ideal Sans 2011, Forza 2010, Vitesse 2010, Tungsten 2009, Sentinel 2009, Gotham 2002) figurent parmi les polices les plus reconnaissables, de par leur qualité esthétique, leur adéquation au contexte historique et leur caractère universel. Avec un catalogue de plus de 1 500 polices de

caractères conçues pour les supports papier, le Web, ou une utilisation sur ordinateur ou sur mobile, les polices Hoefler & Co. sont aujourd'hui omniprésentes dans notre paysage visuel. La fonderie a conçu des polices originales pour de grands magazines tels qu'Esquire, Martha Stewart Living, Harper's Bazaar, Rolling Stone, Sports Illustrated et the New York Times Magazine, des marques comme Nike, ou

encore le musée Guggenheim. Ses polices sont aussi utilisées sur Twitter ou par l'entreprise Tiffany & Co., la chaîne HBO ou Netflix. Elles figurent sur toutes les canettes de Coca-Cola ainsi que tous les iPhone. **Voir chapitre 25 : Typographie** pour de plus amples informations sur ces éléments et principes fondamentaux.

HOEFLER & CO.
New York, États-Unis

Cette affiche, qui rend hommage à la philosophie de Neville Brody (né en 1957), célèbre designer graphique, directeur artistique, typographe et enseignant britannique, mise principalement sur le principe d'expressivité. La couleur, l'échelle, l'espace, le mouvement et la typographie renforcent le caractère très novateur de cette

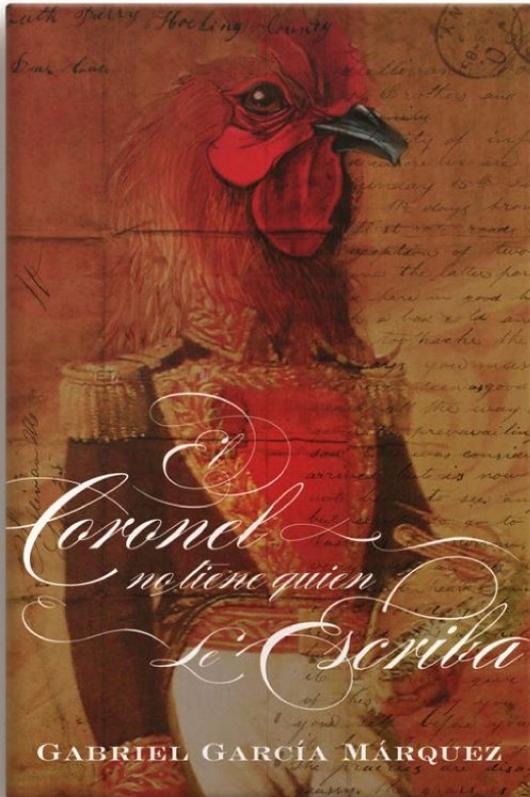
approche axée sur l'écrit et la typographie, accentuant sa dimension puissante et provocatrice. **Voir chapitre 6 : Couleur, chapitre 8 : Échelle, chapitre 9 : Mouvement, chapitre 10 : Espace, chapitre 16 : Expression et chapitre 25 : Typographie** pour de plus amples informations sur ces éléments et principes fondamentaux.

MORGAN O'BRIEN,
Étudiante
RICHARD POULIN,
Enseignant
SCHOOL OF VISUAL ARTS
New York, États-Unis



NEVILLE BRODY IS A GRAPHIC DESIGNER FROM LONDON, ENGLAND, BORN IN 1957. WHEN BRODY BEGAN STUDYING AT THE ROYAL COLLEGE OF ART, HIS WORK WAS COMMONLY INTERPRETED AS "WORTHLESS" & WAS CRITICIZED FOR HIS WORK BY HIS PROFESSORS. TO THIS DAY HE IS USUALLY ASSOCIATED WITH AN UNDERGROUND AESTHETIC WHICH ALIGNS WITH HIS CORE VALUES: SPEAKING THE TRUTH AND EVALUATING HIMSELF AS A HUMAN. BRODY BREAKS THE RULES OF DESIGN BY CREATING A BOLD, UNORDINARY AND RARE VISUAL IMPACT WITH HONESTY. HE BELIEVES THAT WE SHOULD ASK QUESTIONS AND NOT LET SOCIETY CONTROL US. BY INTERACTING WITH REALITY, BRODY CONTINUES TO SPREAD AND PROMOTE AWARENESS OF WHO WE ARE AS INDIVIDUALS THROUGH GRAPHIC DESIGN.

nNEVILLE bBRODY



Par son raffinement, cette couverture, conçue pour le roman de Gabriel Garcia Marquez *El Coronel no tiene quien le escriba* (Pas de lettre pour le Colonel), reflète le caractère singulier du point de vue et de la voix de son auteur. Une police scripte toute en fluidité et composée le long d'un axe symétrique vient se superposer sur une image insolite, accentuant l'effet

de texture et la composition d'ensemble. Voir chapitre 12 : *Échelle*, chapitre 23 : *Image* et chapitre 25 : *Typographie* pour de plus amples informations sur ces éléments et principes fondamentaux.

DANIEL RODRIGUEZ,
Étudiant
RICHARD POULIN,
Enseignant
SCHOOL OF VISUAL ARTS
New York, États-Unis

Combiné à une grille de page rigoureuse, le recours systématique à une police néo-grotesque sans empattement pour composer ce texte justifié, avec un interligne proportionnel, garantit une lisibilité optimale. L'impression marquée de verticalité confère un caractère singulier et une matérialité remarquable

à cette publication. Voir chapitre 22 : *Proportion*, chapitre 25 : *Typographie* et chapitre 26 : *Grille pour de plus amples informations sur ces éléments et principes fondamentaux.*

TRIBORO
Brooklyn, New York, États-Unis



Letters to an Unknown Person

With his installation *Letters to an Unknown Person*, Günther Jecker created a kind of Labor in which visitors could communicate with an artist, his works, and/or with each other through written or drawn messages. For this purpose, he laid out graphic signs and large sheets of drawing paper on a simple desk. Behind it, Jecker hung several clotheslines across the width of the room, which he had attached with artful knots to large nails he had hammered into the wall. The lines were also supported by long rods, and the sheets of paper could be hung on the lines with clothespins, like laundry hanging out to dry. Many visitors drew questions for their "letters" from a sentiment that Jecker had written with a graphic pen on the Labor wall, which translated as: *Letters to an unknown person, turn to details, those used as materials, and not preserved (as records)*. Although the artist had used this sentence before in titles of earlier works, this was the first time he combined it with such a participatory installation as in the Labor. This poetic sentence evokes a host of questions and reactions. Who is this unknown person, the letterer or the letter? Who is the author? What was the content of the letter? Were they answered or were they unanswered? The recipient whom they wanted to address? In the Labor, visitors were left to decide these questions of the artist, who had disappeared behind his work and became "unknown." Some were debilitated by the messages, their thoughts in others, unable to write poems, questions, their thoughts on the exhibition, and praise or criticism. A large number of people created figurative or abstract drawings or their comments on the materials of the letter itself (writing, folding, puncturing or erasing) the paper. Most of the letters were anonymous, although some authors wrote their initials, and a few others signed and dated their letters. The many different languages and types of writing in the messages demonstrated how international the exhibition audience was. The project *Letters to an Unknown Person* in the Labor brought together two key elements of Günther Jecker's work: *Letter/Wall* and *action/interaction*.

Letter/Dialog

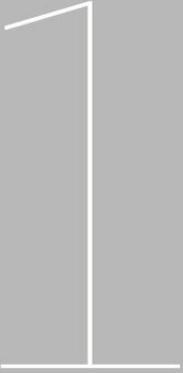
According to the Merriam-Webster Dictionary, a letter is "a written or printed message... in an authorized medium and usually sealed." What constitutes a letter is thus first and foremost the enclosure, the intimate character of the exchange of communication between a sender and receiver who are usually not in the same place. If a letter is made public, the sense of writing acquires a double meaning. It still has the enclosed, subjective quality of a private message, but it is also transformed into an instrument of the freedom of speech and is no longer created privately. Thus, a public letter can sometimes say what cannot be said in any other medium. A key work by Jecker, *Read an Unknown Letter to Beijing* from 1984, is interesting in this context. After visiting China many times, the artist was excited to sit at a table in Beijing. The work he created for this occasion consisted of 50 large sheets of cloth that he covered with painting and writing. These were to be hung from lines, like the letters in the Labor. Jecker said, "I had the impression of China and its traditions, and my attempt to gain an understanding of this place, was mixed with local messages on large sheets hanging one in front of the other - like in a book, with large pages you can walk through." The fact that Jecker copied the UN's Universal Declaration of Human Rights onto one of the cloth banners, which he had not reached with black paint until a party was no longer open, had perhaps a reason for why his five-letter project required five attention and the exhibition was cancelled at the last minute. The work itself has almost no formal aspects of a letter in the strict sense, and yet the intention is the same: *Letter to bring in mess as a subjective statement by the author and as an open letter with a socio-political intention.* Most importantly, it also serves as a step for the artist to create a cultural bridge through the medium of art through artistic means, one can engage in a dialog that calls for responsible action. In this sense, *Letters to an Unknown Person* can be regarded as another artistic attempt to investigate the dialog and to close the gap between sender and receiver, between art and life.



point [pwɛ̃] *n. m*

élément géométrique sans dimension
dont la position est définie par ses
coordonnées dans l'espace

point



« **Une idée est un point de départ et rien de plus. Dès que vous y travaillez, elle est transformée par la pensée.** »

PABLO PICASSO (1881-1973), peintre et sculpteur espagnol

Le point est un composant fondamental de la communication visuelle.

C'est l'élément géométrique le plus simple et le plus épuré utilisé en création graphique. Il occupe une place essentielle en géométrie, physique, graphisme vectoriel et autres domaines analogues.

Le logo de l'université Diderot de Paris est littéralement fondé sur une représentation graphique de type « le point est marqué par un X », ici l'intersection de deux éléments visuels ou lignes créant un point. En outre, le point sur les *i* minuscules de *Paris* et *Diderot* est commun aux deux mots, pour les relier et créer un point focal visuel, qui a

pour effet de renforcer le message.

CATHERINE ZASK
Paris, France

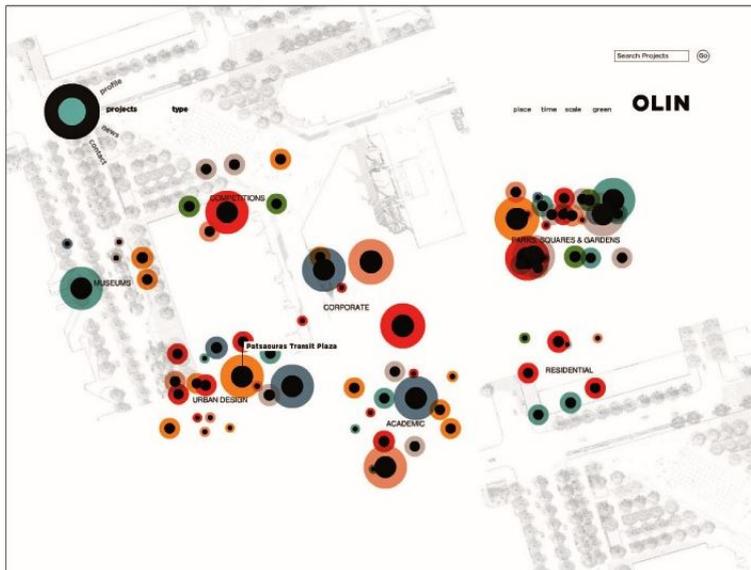
université
PARIS
DIDEROT
PARIS 7

Définitions

Un point possède de nombreuses définitions. Mais bien qu'il fasse partie des éléments fondamentaux de la géométrie euclidienne, Euclide (325–625 av. J.-C.), mathématicien grec créateur de la géométrie moderne, ne l'a que vaguement défini comme « ne possédant aucune partie ».

C'est une abstraction indiquant un emplacement précis, mais qui ne peut être ni vue ni ressentie. C'est un objet localisé mais sans surface. En typographie, un point est un caractère utilisé pour symboliser un arrêt complet ou un séparateur décimal.

(suite page 24)



Le site Web d'Olin, une entreprise d'architecture paysagiste, d'aménagement urbain et de planification, se base uniquement sur des points de tailles variées comme outils primaires de navigation pour accéder à des informations spécifiques : profil, type de projet et actualités sur l'entreprise. Cela symbolise également le macrocosme et le microcosme

de l'entreprise grâce aux mouvements fluides de l'interface du site, véhiculant encore davantage l'image d'Olin comme entité naturelle vivante.

PENTAGRAM
New York, États-Unis

Affiche de lampe AEG
 PETER BEHRENS
 Munich, Allemagne

PETER BEHRENS (1868–1940) est un des pionniers du design moderne, alternant avec facilité les activités (peinture, architecture, design industriel, mobilier et graphique). Ses centres d'intérêt artistiques étaient innombrables. Premier designer à rechercher une intégration en douceur de la communication visuelle et de l'architecture, il a fortement inspiré les principaux courants « modernistes » issus du *Corporate Design*.

Jeune homme, Behrens a travaillé comme artiste, illustrateur et relieur dans sa ville natale d'Hambourg. En 1899, il est devenu le deuxième membre de la toute nouvelle colonie d'artistes de Darmstadt, où il a conçu et bâti sa propre maison ainsi que tout son contenu (du mobilier et tissus aux peintures et poteries). Pendant son séjour à Darmstadt, il s'est rendu compte qu'il s'intéressait plus aux formes géométriques simples qu'aux formes plus curvilignes et naturelles du *Jugendstil* (Art nouveau). Au début des années 1900, il devint l'un des fers de lance de la réforme de l'architecture allemande et l'un des premiers architectes d'usines et de bureaux à employer une palette de matériaux modernes comme les briques, l'acier et le verre.

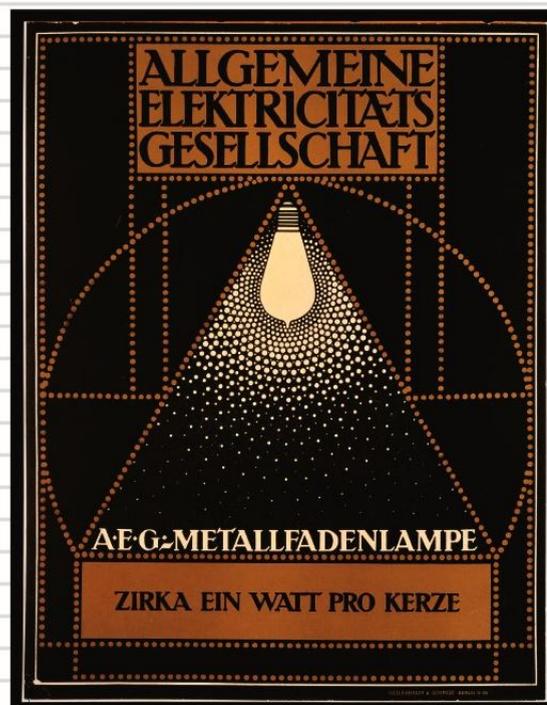
Enseignant, ses idées et ses cours sur la conception industrielle, ainsi que ses objets et produits du quotidien, ont influencé un groupe d'étudiants qui devait imprimer sa marque sur l'architecture et le design du XX^e siècle. Parmi ceux-ci figuraient l'Allemand Ludwig Mies van der Rohe (1886-1969), le Suisse Le Corbusier (1887-1965), l'Allemand Adolf Meyer (1843-1942) et son compatriote Walter Gropius (1883-1969), fondateur de l'école du Bauhaus à Dessau (Allemagne).

En 1907, Allgemeines Elektrizitäts-Gesellschaft (AEG), le plus grand constructeur allemand de produits électriques, a embauché Behrens comme consultant artistique. Celui-ci a créé pour AEG une identité cohérente et unique (bureaux, usines et supports de communication).

Un bon exemple de la philosophie de Behrens en matière de design pour AEG est une affiche publicitaire conçue en 1910 pour promouvoir un tout nouveau produit — une ampoule électrique à la pointe de la technologie. La conception de cette affiche est de toute évidence fondée sur des éléments et principes de conception fondamentalement modernistes. Sa composition graphique orthogonale est organisée dans une grille d'empagement et se caractérise par des formes géométriques de base : un cadre continu ou carré, un cercle et un triangle équilatéral. Le triangle constitue le point focal de l'ampoule, tandis qu'un motif de points simplifié et abstrait représente sa brillance. Le motif et les lignes qui délimitent la composition de l'affiche, ainsi que les bords du cercle et du triangle sont composés de séries de points qui symbolisent la lumière.

Pour expliquer sa démarche, Behrens a déclaré : « Le design n'est pas l'embellissement de formes fonctionnelles, c'est la création de formes en accord avec le caractère de l'objet, qui montrent de nouvelles technologies sous un jour positif. »

Cette approche visionnaire a non seulement influencé toute la culture d'entreprise de AEG, mais elle est également un exemple parfait de ce qui allait devenir un enjeu majeur pour les graphistes de la fin du XX^e siècle : l'identité visuelle d'une marque.



Peter Behrens et la marque AEG