

# Charte graphique des visuels de communication du film documentaire *Horizon*

## I) LE LOGO



The logo consists of the word 'HORIZON' in a tall, condensed, sans-serif font. The letters are white with a thin black outline. Below the word, the text '- LE FILM -' is written in a smaller, spaced-out, sans-serif font. The entire logo is centered on a white background.



Premièrement le logo dans sa structure se veut très simple et explicite, à l'image de la cause défendue par le documentaire « Horizon » lui-même. Il s'agit d'un logogramme essentiellement composé de la typographie *Kelson Sans*. Le choix de celle-ci s'exprime à travers la volonté d'avoir une typographie assez sobre, verticale (afin de contraster avec la ligne de l'horizon), assez fine mais toujours lisible afin d'imager l'approche plus légère de ce documentaire, destiné à un public large.

Seul le « R » a été vectorisé, afin de mieux s'adapter visuellement à l'incrustation de la ligne d'arrière-plan. L'utilisation d'une typographie verticalement allongée, de capitales mais aussi de la ligne d'horizon permet d'équilibrer le logogramme et de le rendre plus stable, face aux actions qu'il dénonce, implicitement. L'utilisation d'une typographie linéale permet également d'apporter plus d'impact et de modernité au logogramme, tant la cause défendue par le documentaire est portée sur les actions futures du public visée et donc fortement inscrite dans notre présent. La typographie assez fine présente tout de même assez de graisse pour permettre au logo d'être plus crédible et fort.

Cette ligne permet de faire directement écho au titre du documentaire (le rendant potentiellement dissociable de tout visuel) mais aussi de rendre le logogramme visuellement plus accrocheur. Ainsi, lorsque le spectateur se trouve en face du logogramme « barré », de prime abord cela l'interpelle et suscite toute son attention mais ce n'est que dans un second temps lorsqu'il le regarde plus attentivement, qu'il se rend compte que la barre se situe en arrière-plan, derrière la typographie et donc du mot « HORIZON ».

Kelson Sans Light

---

Kelson Sans Normal

---

**Kelson Sans Bold**

---

Kelson Sans BG Light

---

Kelson Sans BG Normal

La ligne géométrique permet donc, en étant placée en arrière-plan, d'accentuer l'espoir convié par le documentaire et non de barrer son propre titre et donc d'anéantir celui-ci. Cette démarche volontaire s'apparente directement au documentaire lui-même et à son public qui, une fois averti, saura se persuader de ce qu'il doit faire à son échelle afin d'être en phase avec des enjeux qui le dépasse. Le spectateur comprend donc en regardant le logo que ce choix dépend de lui et que s'il n'agit pas, il n'y aura plus d'horizon. L'utilisation des ombres sur la barre permet également d'apporter plus de profondeur au logo et donc au film lui-même mais aussi de renforcer la portée lointaine du logo, directement définie par le nom du documentaire.

**H O R I Z O N**  
- L E F I L M -

Le choix d'un logogramme horizontal permet également sa meilleure incrustation sur un format paysage et donc sur grand écran. Même s'il est simple, il permet, selon l'échelle de son exploitation, d'être omniprésent afin que l'on se focalise dessus et donc implicitement sur la cause qu'il défend. Aussi, la limite d'exploitation du logo est définie en hauteur et en largeur par le « H » du logo.

La simplicité et l'épuration du logogramme ainsi que sa déclinaison chromatique basique permet également de limiter son bruit et de favoriser son incrustation sur différents supports et donc sa propagation. Le logo, exclusivement noir, contraste volontairement avec l'utilisation de vert à outrance accompagnant les projets environnementaux et permet ainsi de limiter le bruit et de gagner en impact. Il est donc prévu d'associer ce dernier avec des contenus traitant de l'environnement (photos ou images avec la couleur verte) ce qui permet de rendre toute sa liberté colorimétrique au logo.



#000

Noir

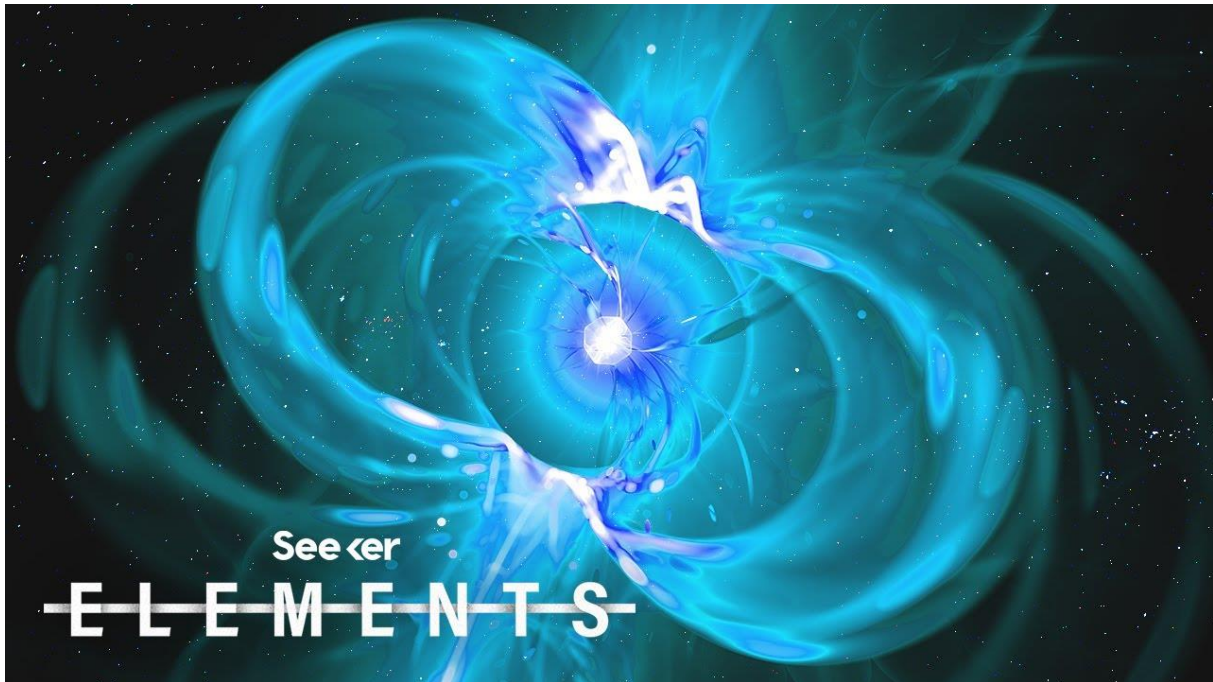


#fff

Blanc

Il est simple comme les actions pour l'environnement proposées par le documentaire mais aussi se veut assez large et facilement mémorisable afin de mieux s'adresser à notre cible large mais surtout aux jeunes, que l'on veut sensibiliser, notamment à travers les réseaux sociaux. Le logo illustre donc surtout le projet général soutenu par ses acteurs et le film au service de celui-ci, ce qui permet d'augmenter la portée du documentaire lui-même.

L'inspiration à l'origine de la création de notre logo se puise au cœur de la série « Elements » de la chaîne Youtube scientifique « Seeker ».

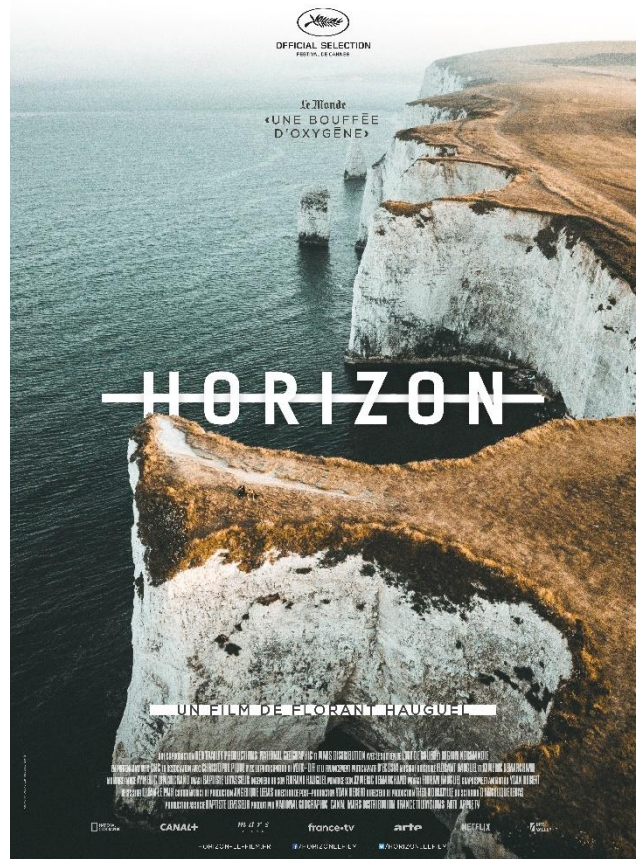


Enfin, le logo illustre le projet lui-même, optimiste et permet à travers la symbiose de sa forme et de son contenu de coïncider avec celui-ci et de fusionner avec les enjeux réels et donc aux véritables actions quotidiennes, concrètes et tant demandées par un public bercé par un espoir infaillible et tourné vers l'avenir.

## II) LES LIVRABLES

## 1) L’AFFICHE

L’affiche principale du film se veut très simple, comme le film documentaire lui-même. Elle présente un plan d’une côte avec la mer au loin. Ceci permet non seulement d’aborder directement la problématique environnementale (notamment la terre et l’eau, deux éléments principaux de la vie terrestre), de rendre le film documentaire plus limpide tout en laissant une part de mystère afin de rendre le projet toujours plus attractif et d’attirer un public le plus large possible. En effet, l’aspect plutôt minimaliste mis en avant ici permet d’être plus en phase avec l’identité graphique globale du projet mais aussi de donner plus de poids aux éléments de l’affiche (la relation entre photo d’arrière-plan et le logo). La photographie (ici temporairement une image libre de droit) est une photographie effectuée à proximité de la ville d’Etretat, en Normandie. Cette photographie, et donc élément principal de l’affiche, permet de lier les exigences graphiques listées pour l’ensemble du projet à savoir : une proximité avec le public, une simplicité, et une esthétique minimaliste et travaillée. La colorimétrie, assez terne, permet d’accentuer un côté volontairement brut et réel pour le spectateur. Elle permet également de faire écho à la colorimétrie basique du logogramme et ainsi de le compléter visuellement. Enfin, le cadrage assez large permet de deviner au loin une ligne d’horizon (caractérisée ici par la mer) et donne ainsi implicitement des perspectives au futur spectateur.







La mise en situation ci-contre permet de se projeter et d'avoir une vision réelle du rendu du projet. Visible sur les arrêts de bus, l'affiche assurera une visibilité optimale pour le film documentaire. Une déclinaison de l'affiche du film sera également réalisée à l'aide des nouvelles photographies. Celle-ci consistera à modifier l'image d'arrière-plan et donc à adapter la colorimétrie du texte en fonction (changement en défonce) afin d'assurer toujours une relation texte-photo optimale et de s'adapter au mieux au support et au lieu de destination. Ces modifications basiques permettront de garder la simplicité propre à l'identité

graphique du projet mais aussi d'assurer une cohérence à travers l'ensemble du jeu d'affiches déployées.

Pour la partie éditoriale de l'affiche, le logogramme est placé au centre afin d'assurer une focalisation maximale et de permettre à ce dernier d'assurer une relation optimale avec l'image d'arrière-plan. Le rôle ici joué par le logogramme est de constituer un point d'accroche visuel et psychologique face à l'étendue d'eau infinie en arrière-plan. Le projet prend donc tout son sens, se place au centre des enjeux, comme une bouée de sauvetage pour le public cible face aux problèmes environnementaux actuels. Viennent compléter les mentions obligatoires en bas de page avec les acteurs majeurs du film ainsi que les distributeurs qui le finance. En haut de page, un avis de magazine de référence apporte plus de crédibilité au projet et permet d'attirer un public sceptique et de donner plus de visibilité au film documentaire. En dessous de celui-ci se trouve la nomination au festival de Cannes qui vient compléter les objectifs cités précédemment.

L'affiche principale (et ses déclinaisons) promeut donc le film et permet également de compléter son identité et de donner envie au public de se diriger vers un genre cinématographique encore trop inaccessible aujourd'hui. L'affiche, ouverte et très large sous tous ses angles permet de donner de l'espoir à l'image du film lui-même, le tout couronné d'une esthétique travaillée favorisant ainsi le « beau » et un message global d'optimisme primant sur la dénonciation ou l'accusation, récurrentes sur ce genre de film documentaire.

## 2) LE KAKEMONO

Le kakemono réalisé est simple et se calque sur des réalisations existantes de films de fiction. Il reprend l'intégralité des visuels présents sur l'affiche et donc convie un message identique. Ce choix permet une cohérence optimale entre les supports déployés et donc une meilleure visibilité du film dans le cadre de sa promotion. Seules les mentions obligatoires ont été retirées, afin de répondre aux contraintes graphiques imposées par la concurrence permettant également d'alléger le kakemono, accentuant ainsi son poids visuel.

### 3) LE CARTON D'INVITATION

Le carton d'invitation est destiné aux personnes ayant contribué au projet d'une quelconque façon (studio de production, contributeurs financiers, personnes interviewées...) mais aussi aux invités d'honneur, comme des grandes figures du documentaire environnemental. Ce dernier se présente sous forme recto-verso avec au recto l'affiche du film épurée et au verso un programme détaillé de la soirée organisée avec également la date, l'horaire, les distributeurs et un QR code redirigeant vers notre site. L'ensemble de la mise en page et des choix esthétiques et graphiques sont déclinés des principes généraux adoptés pour notre communication visuelle, décrite en détail plus bas, dans la partie du site internet.

### 4) LES BANNIERES

Les bannières, visibles sur les réseaux sociaux (Facebook / Twitter / Instagram) ont été conçues à partir de l'affiche et reprennent les éléments principaux de celle-ci. On peut y voir le logogramme, la sélection officielle au Festival de Cannes et la photographie (occupant la majeure partie de la bannière) caractéristique de l'ensemble des déclinaisons de l'affiche du film. Les bannières ont été déclinées en différents formats pour s'adapter aux dimensions spécifiques de chaque réseau social.



### 5) ANIMATIONS

- **Header** : L'animation du logogramme présente un effet de lumière (effet Light Burst) en même temps qu'une animation de la hauteur de la barre centrale. Cette dernière symbolise l'horizon qui se crée en se rapprochant vers nous, il devient alors percevable et donc accessible. Ensuite, les caractères de la typographie du logo apparaissent de façon organique avec un raccord de tracé et un effet "dilaté érodé simple". Ceci évoque notre horizon ce qui concerne directement la biodiversité, la faune et la flore. Elle n'est donc pas géométrique mais bien organique avec des formes irrégulières. Cette apparition dynamique symbolise également l'importance d'agir maintenant et rapidement pour changer notre horizon commun.

- **Footer** : Une animation simulant le vent sur les feuilles (élément vectoriel visible plus haut sur la page principale du site) permet d'apporter du ludisme et de la vivacité à la page d'accueil mais aussi de répondre à l'animation présente dans le header un peu plus haut.

## 6) LES PHOTOGRAPHIES

Les photographies effectuées par Théo Horlville et Yoan Hébert illustrent le projet dans sa globalité. Disponible sur le site internet, les réseaux sociaux ou encore l'affiche du film, elles représentent le message d'espoir porté par le film documentaire et s'inscrivent à travers les problématiques soulevées dans la promotion de son image (définies dans l'explication du logo ci-dessus). Proposer des images travaillées et colorées contribue à partager l'optimisme du film mais aussi d'assurer une promotion optimale pour le film documentaire. Afin de se rapprocher au maximum du public du film, les photographies représentent des paysages ruraux avec un minimum de retouches, proposant ainsi un rendu le plus brut possible.



Les paysages photographiés illustrent donc l'esthétique globale du film, et contribue à placer le public dans l'ambiance même du film documentaire, à l'image de la bande annonce par exemple. Ainsi, l'on peut voir des paysages normands ruraux et donc principalement des champs, de la végétation (des arbres principalement pour s'inscrire aux problématiques soulevées dans le cahier des charges du projet) permettant ainsi à travers cette diversité, de servir d'exemple à échelle plus globale. La partie esthétique est, elle, assurée par la présence de couchers de soleil, apportant ainsi de nombreuses couleurs vives.

Les photographies, effectuées dans la commune de Ouainville et à proximité de la forêt de Préautaise, se trouve exclusivement horizontales et permet donc de faire écho (comme pour le logogramme) au grand écran mais aussi de distinguer une ligne d'horizon récurrente et quasi-systématique sur chacune d'elles et ainsi renvoyer au point central du projet.



Enfin, les photographies sont mises à jour sur les différents supports de communication (hormis l'affiche du film) afin de toujours plus inscrire le projet Horizon et donc le film documentaire, dans les mœurs quotidiennes du public large visé ici. Ainsi, l'on peut ressentir ici la saison hivernale (notamment grâce à une faune caractéristique et propre à cette saison) et permet d'immerger toujours plus le public dans le projet, favorisant ainsi sa propagation et la promotion du film documentaire.

## 7) LE SITE INTERNET

Le site internet réalisé est un site vitrine pour la promotion du film documentaire *Horizon*. À l'image de l'identité graphique du film (définie à travers le logogramme ci-dessus), il se veut simple, facile d'utilisation (pour s'adresser à un public large) mais aussi en phase avec les livrables et l'identité générale du projet. Le site, à l'esthétique minimaliste et épurée permet de moderniser l'image renvoyée par le projet et d'assurer la bonne compréhension de ses objectifs par le public visé. La mise en place du site – bien qu'en cours de finalisation, et surtout sur l'UX et l'UI design – se base sur la maquette de base détaillée. Celle-ci se présente comme la ligne à suivre pour le site. L'interface principale du site est développée à travers un site clair, simple et ludique. Le site est donc gamifié, par les couleurs, les éléments vectoriels ou encore le quizz. Tous sont présent pour mettre en avant ou appuyer un message centré sur l'écologie, thème du film documentaire. Avec des teintes pastel, aux couleurs de l'environnement, on vient appuyer un côté éducatif (fonction en partie assurée par notre documentaire). Une lisibilité simplifiée est également rendue possible par des sections distinctes lors du scroll. Les typographies utilisées sont *Circular STD Medium* pour le texte, *Kelson Sans Bold* pour les titres *Charter* pour la citation du footer comme pour les livrables, ce qui permet encore une fois d'inscrire le site internet au cœur de la communication du film documentaire Horizon.

La présence de nos propres photographies à travers d'une galerie permet également de lier les objectifs respectifs de chaque livrable et de les faire converger vers le projet global et les



intérêts qu'il défend. L'esthétique simple du site permet également d'être visuellement plus proche du public, et à l'image du film, de revendiquer simplement et en toute humilité les actions à effectuer afin d'atteindre les objectifs qu'il nous fixe implicitement. L'échelle internationale de la cible visée à travers la promotion du film se retrouve également dans cette simplicité et permet s'illustrer en tant qu'exemple d'une situation similaire, à un autre endroit du globe. Ainsi ce site internet vitrine permet de promouvoir non seulement le film documentaire *Horizon* mais aussi le projet dans sa globalité. Ceci rapproche donc le public d'une cause et des actions qui en découlent, permettant donc à ce dernier de s'immerger au maximum à travers l'identité globale du projet, déployée à travers des différents supports et événements organisés pour la promotion du film.