



**HAL**  
open science

## Écosystèmes de communication, sémiotique et analyse du discours. 4.2: Identité visuelle (polysensorielle).

Peter Stockinger

► **To cite this version:**

Peter Stockinger. Écosystèmes de communication, sémiotique et analyse du discours. 4.2: Identité visuelle (polysensorielle).: Séminaire de communication du Master COCI (INALCO, Paris 2021).. Master. Écosystèmes de communication, sémiotique et analyse du discours (INALCO, Paris 2021).. Paris, France. 2021, pp.21. hal-03418531

**HAL Id: hal-03418531**

**<https://hal.science/hal-03418531>**

Submitted on 7 Nov 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0  
International License

## Séminaire de communication du Master COCI 1<sup>ère</sup> année

# Ecosystèmes de communication, sémiotique et analyse du discours

## 4.2 – Message et Marque

**PETER STOCKINGER,  
Professeur des universités**

Institut National des Langues et Civilisations Orientales (INALCO)

**Paris, Institut National des Langues et Civilisations Orientales (INALCO)  
2020 – 2021**

## **L'IDENTITE VISUELLE ET POLYSENSORIELLE**

**1 – Définition.**

**2 – Exemples.**

**3 – Éléments du langage de la communication (stratégique).**

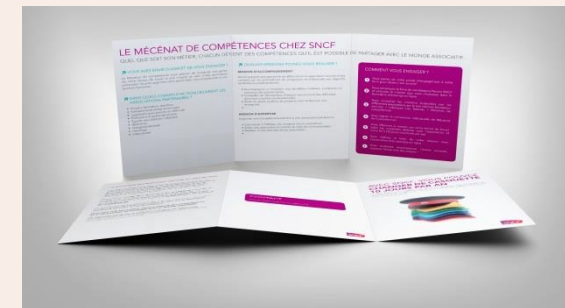
## 1) Définition

Définition générale de la notion « identité visuelle »

□ Ce qu'on appelle « **identité visuelle** », c'est....

- ☞ **l'usage systématique** d'un ensemble de **signes (verbaux, iconiques, plastiques, sonores, ...)**
- ☞ dans **tous les supports** et dans toutes les **actions** de communication d'une organisation ...
- ☞ Ainsi, on parle de **l'identité visuelle** ...
  - ... de la communication d'**Air France**,
  - ... de la communication de **L'Oréal**,
  - ... .
- ☞ Les signes utilisés pour exprimer l'identité visuelle constituent le cœur du **langage de communication** d'une organisation

☐ Exemple – la SNCF



**Exemple** – l'identité visuelle de la communication de la SNCF

Site SNCF – Espace Identité & Marque

Site SNCF – Espace Identité & Marque: Film d'identité

Les deux problématiques centrales de l'identité visuelle

❑ **L'identité visuelle de la communication** concerne **deux problématiques** centrales:

1) faire en sorte que tous les instruments de communication d'une organisation **soient correctement reconnus** par le ou les publics concernés **comme étant des instruments de cette communication**

• **Question ...**

- ☞ ... comment faire en sorte pour que les **divers** visuels publicitaires, brochures, magazines, flyers, sites web, spots publicitaires, événements, actions de promotion et de fidélisation, ... qui composent la communication d'une entreprise ...
- ☞ ... **soient immédiatement compris et catégorisés** par les publics concernés (personnel interne, partenaires, clients médias, ...) comme des **médias (« canaux »)** de communication de cette entreprise ?

Les deux  
problématiques  
centrales de l'identité  
visuelle

□ **L'identité visuelle de la communication** concerne **deux problématiques** centrales:

2) faire en sorte que toute la diversité d'instruments de communication d'une organisation réussit à communiquer, à l'aide d'un **ensemble de signes (verbaux, visuels, audiovisuels, gestuels, ...) stables** ...

✓ les **valeurs** qui définissent l'identité de l'organisation, sa **spécificité**, son « **intérêt** », son « **attractivité** », ... pour le ou les publics visés ?

⇒ cette problématique renvoie à celle de la **marque** comme référence culturelle (d'une organisation, d'un produit, d'un service, ...)



## 2) **Éléments composant l'identité visuelle (polysensorielle)**

**Éléments composant  
 l'identité visuelle**

- Différents éléments sémiologiques contribuent à la l'*identité visuelle stricto sensu* et *au sens plus large* d'une communication recouvre:**

  - 1. Logo(type): nom/acronyme (de l'organisation, du produit, ...),  
 insigne, baseline (signature), ...;**
  - 2. Graphisme: typographie, éléments graphiques et « mise en page »;**
  - 3. Éléments eidétiques (iconiques, figuratifs, abstrait, ... );**
  - 4. Éléments plastiques (chromatiques, topographiques, perspective et  
 cadrage, éclairage, ...);**
  - 5. + un ensemble d'autres éléments ....**

Éléments de l'identité visuelle

- ❑ Tous ces éléments sont définis dans un document spécifique appelé:
  - ☞ **charte graphique** (anglais: **corporate identity code**)
- ❑ Ils figurent sur **tous les supports** de la communication d'une organisation:
  - papeterie d'entreprise,
  - rapports,
  - communication publicitaire,
  - uniformes, vêtements
  - véhicules d'entreprise,
  - locaux, mobiliers,
  - lieux de vente,
  - packaging,
  - ....
- ❑ Ils sont utilisés dans **toutes les actions** de la communication:
  - sponsoring,
  - relations publiques,
  - événementiel, ...

(sous forme, par exemple, de **kakémonos**, de **posters**, **d'objets**, etc.)

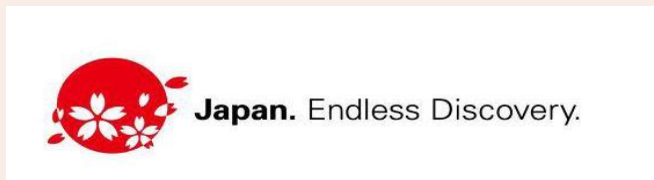
Logo territorial

- ❑ **1<sup>er</sup> Exemple** de logos de la **communication touristique d'un territoire (pays, régions, ...)**



- ❑ **Quelques caractéristiques:**

1. **Références eidétiques** et rôle des **stéréotypes culturels**
2. **Code chromatique:** renforcement des stéréotypes culturels; élément structurant de la textualité du logo.
3. **Graphie** entre typographie, calligraphie et art graphique.
4. **Rôle du slogan.**
5. **Organisation textuelle** (dispositif des éléments ...).



- **2ème Exemple : L'univers visuel d'Air France dans sa campagne de 2014 (réalisée par l'agence BETC)**

Exemple de campagne:  
**Air France 2014**

**À consulter:**  
[Le dossier de presse d'Air France](#)

**cf. aussi: Challenges** – [La nouvelle campagne de pub d'Air France en Images](#)

**Le site d'Air France**



(6 visuels renouant avec les « origines » culturelles d'Air France)

**Éléments de l'identité visuelle:**

6) Autres éléments ...

❑ **L'identité visuelle au sens large d'une communication inclut ...**

☞ **tous les autres éléments** qu'on peut utiliser pour **faciliter**, auprès du public visé, la **mémorisation** et la **reconnaissance** d'une marque, d'un produit, d'une entreprise, ...:

1. **éléments acoustiques** (jingles, mélodies caractéristiques, bruitage, ...),
2. éléments relevant **d'autres sens de perception** (perception **olfactive**, ...),
3. des éléments **vestimentaires**, de **présentation physique** et de **comportement** du personnel d'une organisation;
4. **mascottes, vedettes de référence, goodies** de référence, etc.
5. etc.

### 3) A propos de la notion **design en communication**

Définition générale de la notion « identité visuelle »

Blog intéressant:  
[Admirable Design](#)

❑ Le cas particulier du **design** (« **stylique** »):

1. **Design** = conception et réalisation d'objets ou de systèmes d'objets.
2. **Design** du « **territoire** » de la **communication**: contribuer à **l'identité visuelle** d'une communication par la conception et la **réalisation d'objets, d'acteurs et de lieux** appropriés ...

❑ **Design de l'espace de communication**: = design ...

- 1) ... de **l'emballage** (« **packaging** »);
- 2) ... du **produit**;
- 3) ... des **lieux d'activités**;
- 4) ... des **espaces d'exposition** et des **vitrines**; des **espaces de transaction** (espace commercial, rayonnages ...)
- 5) ... du **meuble**;
- 6) ... de **l'apparence** et du **comportement du personnel**;
- 7) ... des **objets** de communication.



**Éléments de l'identité visuelle:**

3) Autres éléments ...

- **Exemples : design packaging :** Occitane – packaging utilisant des codes eidétiques et plastiques (morphologiques et chromatiques) « ethniques » (ici: culture traditionnelle malienne); exemple sur l'excellent blog [Retail Design Blog](#)

Exemple: [Retail Design Blog](#).



■ Exemples: l'identité visuelle du Giovanni Rana flagship restaurant, New York (agence **45 Gradi**, Milano)

Éléments de l'identité visuelle:

3) Autres éléments ...



Exemple: Retail Design Blog.





**Éléments de l'identité visuelle:**

3) Autres éléments ...

- Exemple : Habillage visuel des espaces, véhicules, ...



(habillage vitrine)



(habillage voiture)

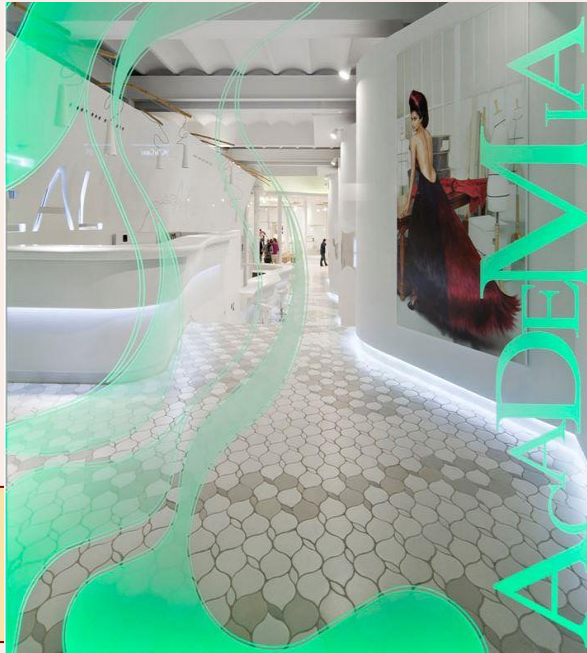


- (habillage espace commercial)

Exemple : habillage et design: **L'Oreal Academy** à Barcelona (réalisé par l'agence **EMBT** à Barcelone)

Eléments de l'identité visuelle:

3) Autres éléments ...



Exemple: [Retail Design Blog](#).

□ **Fin du cours ....**