

# DOSSIER

# GUIDE, RESSOURCES


# & CAS PRATIQUE

FAMILLES TYPOGRAPHIQUES & COULEURS

FORMATION : CONCEPTEUR DESIGNER UI

INTERVENANTE : CAROLINE TALAR





# FAMILLES TYPOGRAPHIQUES & COULEURS

---

# OBJECTIFS

- › Découvrir les différentes familles de typographies & leurs usages web
- › Découvrir les principes d'une harmonie des couleurs & les fondamentaux de la psychologie des couleurs

” Analyser des familles typographiques afin d'établir proposition de typographies et de couleurs à partir brief client



# SOMMAIRE

## “ Familles typographiques & couleurs

### 1 • Ressources

- › 1.1 Le secret d'une harmonie des couleurs réussies
- › 1.2 Psychologie des couleurs tertiaires
- › 1.3 Sources externes

### 2 • Analyse des familles typographiques

### 3 • Cas pratique

- › Consignes
- › 3.1 Brief client
- › 3.2 Proposition

# ÉTAPE 1

## RESSOURCES

*DOCUMENTS ANNEXES*

# 1.1

## Familles typographiques & couleurs Ressources



 **RESSOURCE EXTERNE**

### LE SECRET D'UNE HARMONIE DES COULEURS RÉUSSIES

© Œuvre collective de l'afpa

# 1.2

## Familles typographiques & couleurs

Ressources



 **RESSOURCE EXTERNE**

**PSYCHOLOGIE  
DES COULEURS  
TERTIAIRES**

© Sébastien Drouin

# 1.3

## Familles typographiques & couleurs

Ressources



### > 18 RÈGLES TYPOGRAPHIQUES POUR RENDRE VOS CONTENUS PLUS SÉDUISANTS & LISIBLES

*Source : site c-marketing.eu*

### > CLASSIFICATION DES CARACTÈRES TYPOGRAPHIQUES

*Source : site caracteres.typographie.org*



# ÉTAPE 2

## ANALYSE DES FAMILLES TYPOGRAPHIQUES

# 02

## Familles typographiques & couleurs

Analyse des familles typographiques

### ***GUIDE DE RECHERCHE SUR INTERNET***

*Poursuivez individuellement ou en binômes. Analyser une famille typographique indiquée par le formateur, à partir des critères spécifiés dans les pages suivantes.*

*(Période à laquelle elle s'est diffusée / Description courte de la famille typographique / Peut-on s'en servir pour le web ?)*

**2.1 • HUMANES**

**2.2 • GARALDES**

**2.3 • RÉALES**

**2.4 • DIDONES**

**2.5 • MÉCANES**

**2.6 • LINÉALES**

**2.7 • INCISES**

**2.8 • SCRIPTES**

**2.9 • MANUAIRES**

**2.10 • FRACTURES**

**2.10 • NON-LATINES**

# 2.1



## Familles typographiques & couleurs

Analyse des familles typographiques

### > HUMANES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# 2.2

## Familles typographiques & couleurs

Analyse des familles typographiques

### > GARALDES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# 2.3” Familles typographiques & couleurs

## Analyse des familles typographiques

### > RÉALES

- Période à laquelle elle s’est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s’en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# 2.4

## Familles typographiques & couleurs

### Analyse des familles typographiques

#### > DIDONES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# 2.5

## Familles typographiques & couleurs

Analyse des familles typographiques

### > MÉCANES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# 2.6

## Familles typographiques & couleurs

Analyse des familles typographiques

### > LINÉALES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---



# 2.7

## Familles typographiques & couleurs

### Analyse des familles typographiques

#### > INCISES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# 2.8

## Familles typographiques & couleurs

Analyse des familles typographiques

### > SCRIPTES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# 2.9” Familles typographiques & couleurs

## Analyse des familles typographiques

### > MANUAIRES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# 2.10

## Familles typographiques & couleurs

Analyse des familles typographiques

### > FRACTURES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# 2.11

## Familles typographiques & couleurs

### Analyse des familles typographiques

#### > NON-LATINES

- Période à laquelle elle s'est diffusée :

---

---

- Description courte de la famille typographique :

---

---

---

- Peut-on s'en servir pour le web ? (*Oui / Non et pourquoi*) :

---

---

---

---

# ÉTAPE 3

## CAS PRATIQUE : PROPOSITION DE TYPOGRAPHIES & DE COULEURS

# CONSIGNES

“ À partir du brief client  
& de ce que vous venez de lire,  
proposez une palette de couleurs et des  
typographies adaptées à l’univers du client.

Inscrivez vos préconisations dans le tableau

# 3.1 “ Familles typographiques & couleurs

## Cas pratique

### ***BRIEF CRÉATIF D'UN NOUVEAU SITE INTERNET*** (VERSION COURTE)

#### ➤ L'ENTREPRISE

- **Secteur d'activité :**

*Sport de mer*

- **Service(s) ou produit(s) proposé(s) :**

*Pahoa Boards conçoit, fabrique et distribue des planches de sup paddle grand public.*

- **Ce qui rend le produit ou service unique :**

*Entreprise à échelle humaine, un soin particulier est apportée à la conception & la fabrication des produits. Des gammes de produits uniques sont proposées dont très peu des concurrents disposent.*



# 3.1 “ Familles typographiques & couleurs

## Cas pratique

### BRIEF CRÉATIF D'UN NOUVEAU SITE INTERNET (SUITE)

- **Les concurrents principaux :**

*Bic Sport, Loisir 3000, REDWOODPADDLE, BOTE Boards, etc.*

- **Les mots clés correspondants aux valeurs et à l'image de l'entreprise :**

*Innovation, design, unique, dynamique.*

#### ➤ LA CIBLE

- **La cible principale du site et ses caractéristiques :**

*La cible est principalement composée de famille de parents (30 & 45 ans), de jeunes enfants (8 à 12 ans). Le plus souvent, il s'agit de cadre ou profession du tertiaire avec un revenu très correct.*

# 3.1 “ Familles typographiques & couleurs

## Cas pratique

### BRIEF CRÉATIF D'UN NOUVEAU SITE INTERNET (SUITE)

- **Les cibles secondaires :**

*Les magasins revendeurs, les sportifs.*

- **Leurs motivations vis-à-vis des produits et/ou service(s) :**

*La pluralité d'utilisation de nos produits (mer, rivière, balade, vague, pêche, etc.), leur côté social à la différence du surf, car on peut être à plusieurs en même temps sur une planche de sup.*

# 3.2” Familles typographiques & couleurs

## Cas pratique

### *PROPOSITION DE TYPOGRAPHIES & DE COULEURS*

#### > CHOIX DE TYPOGRAPHIES

- **Choix** (*un ou plusieurs*) :

---

---

---

---

- **Raison de ces choix** :

---

---

---

---

---

---

## 3.2” Familles typographiques & couleurs

### Cas pratique

## *PROPOSITION DE TYPOGRAPHIES & DE COULEURS (SUITE)*

### > CHOIX DES COULEURS

- **Choix** (*un ou plusieurs*) :

---

---

---

---

- **Raison de ces choix** :

---

---

---

---

---

Ce document a été réalisé et mis en page par Caroline Talar dans le cadre de la formation au titre professionnel «Concepteur Designer UI» - centre de formation de l'Afpa Toulouse Balma.

Toute reproduction, en tout ou en partie, sous quelque forme et par quelque procédé que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite préalable de l'auteur.



# DOSSIER

# GUIDE, RESSOURCES

# & CAS PRATIQUE

FORMATION : CONCEPTEUR DESIGNER UI

INTERVENANTE : CAROLINE TALAR

FÉVRIER 2022

