

## SOURCE

[http://www.andea.fr/doc\\_root/ressources/enquetes-et-rapports/5d35715634dc9\\_138360\\_commandedesigngraphique\\_web.pdf](http://www.andea.fr/doc_root/ressources/enquetes-et-rapports/5d35715634dc9_138360_commandedesigngraphique_web.pdf)

Longueur: Division académique:



# 3.

## Pourquoi faire appel à un designer graphique ?

Faire appel à un designer graphique externe à son organisation, c'est s'ouvrir à des conceptions et créations nouvelles et s'adjoindre les compétences d'un professionnel en mesure d'apporter une vision différente et distanciée, en mettant en œuvre des aptitudes et des savoir-faire bien spécifiques.

Pour sa capacité à analyser le projet du commanditaire et à formuler des propositions créatives adéquates

Le designer graphique est réceptif aux attentes, préoccupations et questionnements du commanditaire. Sa valeur ajoutée réside dans sa capacité à formuler des propositions visuelles en fonction d'un diagnostic établi avec celui-ci.

Si le travail du designer graphique aboutit en aval à la formulation de propositions visuelles, son intervention débute plus en amont. Par sa maîtrise des langages et des supports graphiques et sa capacité d'écoute, il aide le commanditaire à établir un diagnostic de sa stratégie de communication et lui prodigue des conseils relatifs à l'approche et aux types de supports de communication

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11

3 Pourquoi faire appel à un designer graphique ?

à privilégier. Dans cette optique, le travail du designer graphique est bénéfique pour le commanditaire. Il est au service des objectifs de son organisation et contribue de façon significative à la perception par le public des atouts de celle-ci.

Pour sa vocation à mettre en jeu des compétences

### — Son expertise

Le designer graphique est un expert du signe, de la typographie, du rapport entre texte et image, de la chaîne graphique et de ses outils, de la communication visuelle.

### — Sa connaissance et/ou sa curiosité du domaine d'activité du commanditaire

Par la diversité de ses réalisations et de ses recherches, le designer graphique embrasse une culture élargie de son environnement. Il en est le témoin et l'interprète, renouvelant sa curiosité à chaque projet, à chaque champ d'action, à chaque domaine d'activité.

### — Son positionnement créatif

Un designer graphique se distingue par les points suivants :

sa vision : la manière dont il se projette dans sa relation avec le commanditaire ;

son engagement : ses convictions, la façon dont il interagit avec son environnement ;

son univers : ce qui ressort de la vue d'ensemble de ses travaux ;

son écriture : l'utilisation qu'il fait de ses outils (typographie, couleur, illustration, photographie).

## SOURCE

[http://www.andea.fr/doc\\_root/ressources/enquetes-et-rapports/5d35715634dc9\\_138360\\_commandedesigngraphique\\_web.pdf](http://www.andea.fr/doc_root/ressources/enquetes-et-rapports/5d35715634dc9_138360_commandedesigngraphique_web.pdf)

Longueur:



Texte  
moyen

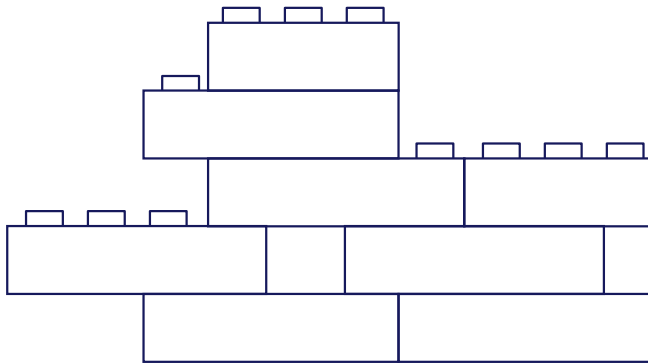
Division académique:



Ciencias y Artes para el Diseño

### Quels sont les champs d'intervention du designer graphique ?

La liste ci-contre, non exhaustive, laisse entrevoir à quel point les champs d'intervention du designer graphique sont larges, divers et multiples. Ils sont interconnectés et peuvent intervenir conjointement dans un même projet.



Précisons qu'il ne faut pas nécessairement s'appuyer sur les seules réalisations passées du designer graphique. Cela est d'autant plus vrai aujourd'hui, à l'heure où les extensions numériques de la création se multiplient. Ainsi, un designer graphique spécialisé dans le livre imprimé possède très probablement les compétences pour imaginer un livre ou une application numérique. En général, les designers graphiques sont toujours disponibles pour aborder de nouveaux territoires de création. À cet égard, l'ouverture d'esprit du commanditaire et la curiosité du designer leur seront mutuellement bénéfiques.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11

Pourquoi faire appel à un designer graphique ?

#### L'imprimé :

- Affiche
- Papeterie  
Le cas échéant en lien avec une intervention sur l'identité graphique.
- carte de visite
- papier à en-tête

#### L'édition :

- Livre
- Brochure
- Rapport annuel

#### L'espace :

- Signalétique
- d'un lieu
- d'un équipement industriel  
Ex : tableau de bord d'une voiture, interface d'un logiciel, etc.

#### L'objet :

- Packaging
- d'un produit
- d'un service

#### Le signe :

- Charte graphique
- Typographie
- au service d'une identité graphique
- au service d'un public cible  
Ex : Communautés linguistiques, accessibilité pour les publics déficients visuels, etc.

#### Le champ numérique :

- Sites internet
- site institutionnel
- site spécifique à un service, à un produit, à un événement
- Application numérique
- Livre numérique

# GLOSSAIRE

“Pourquoi faire appel à un designer graphique ?” / “¿Por qué recurrir a un diseñador gráfico?”

**Faire appel à [qqn]:**  
recurrir a alguien.

**Conception:** diseño, creación.

**S'adjoindre [qch]:**  
quedarse con, llevarse.

**En mesure de:** en condiciones de, en situación de.

**Mettre en œuvre [qch]:**  
implementar, emplear.

**Savoir-faire:** competencia, habilidad, saber - hacer.

**Commanditaire:** socio comanditario, patrocinador.

**Proposition:** propuesta, oferta.

**Proposition:** propuesta, oferta.

**Attente:** expectativa.

**Aboutir:** llegar a un resultado.

**En amont:** antes, con anticipación.

**Maîtrise:** dominio, maestría.

**Prodiguer:** prodigar, dar mucho.

**Façon:** forma, manera.

**Atout:** ventaja, virtud.

**Chaîne:** cadena.

**Outil:** herramienta, instrumento.

**Embrasser:** abrazar, adoptar.

**Élargie:** amplia.

**Environnement:** entorno.

**Témoin:** testigo.

**Engagement:** compromiso.

**R ressortir:** resaltar, destacar.

**Large:** amplio, vasto.

**Conjointement:** conjuntamente.

**Numérique:** digital.

**Échéant:** que vence.

**Papier à en-tête:** hoja membretada.

**Carte de visite:** tarjeta de presentación.