

Direction Artistique

Projet Infographie

Recherche et analyse d'identités visuelles de séries policières

ICAN
Clément Rigaux
2017

Introduction

Ce **dossier** a pour but de vous présenter les différentes étapes de **recherche de direction artistique et stratégie de communication** dans le cadre d'une série policière.

Je parlerai d'abord de la série sur laquelle nous avons choisi de travailler avec mon groupe : **True Detective**. Nous analyserons ses différents critères qui la distinguent des autres séries : **les couleurs, la typographie, la composition de l'image, les thèmes abordés...**



Une affiche de la saison 2 de True Detective

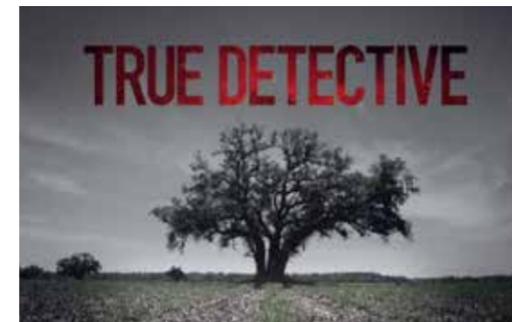
Ensuite j'analyserai quelques autres séries policières pour comparer avec True Detective, et avoir une idée plus générale de **la direction artistique d'une série policière**.

Enfin nous verrons **les exercices sur lesquels j'ai travaillé**, avec les résultats finaux et les étapes de conception.

True Detective, une série sombre

True Detective parle de satanisme, de la relation entre les inspecteurs, d'américains pauvres dans le bayou... Avec un grand pessimisme.

La direction artistique et la stratégie de communication de True Detective possèdent plusieurs critères distinctifs.



Une affiche emblématique, qu'on retrouve dans le trailer.



Le logo de HBO, la chaîne produisant la série.



Une illustration de True Detective

Le premier d'entre eux est la noirceur de la série. Que ce soit l'ambiance générale, les affiches, les trailers ou le générique : tout est fait pour nous glacer le sang.

Cette noirceur sert à souligner le mystère de l'enquête que suivent les deux héros. Ce mystère ne se résout qu'à la fin, très lentement et progressivement. Entre temps, on parle de satanisme, de drogue, de prostitution... La noirceur semble donc un bon élément à intégrer dans la direction artistique de la série.

Celle-ci se retrouve dans de nombreuses affiches très peu saturées, des décors presque gris comme celle ci haut à gauche. On la retrouve aussi dans les illustrations et autres affiches tellement peu saturées qu'on pourrait croire du noir et blanc.

Une sobriété calculée

L'identité visuelle de True Detective se décline en plusieurs séries d'affiches. L'une d'entre elles, extrêmement sobre, ne donne même pas d'informations marketing.



Une affiche de la série True Detective



Une illustration de l'un des héros

Un décor, un ou des personnages : le tout dans la représentation de l'esprit de l'un des deux héros.

Simple mais efficace, tout repose dans la subtilité et le soin apporté à la composition, aux couleurs, à l'ambiance générale de ces affiches.

L'un des grands intérêts de ces affiches et qu'elles sont facilement déclinables.

Ainsi j'ai décidé dans l'un de mes exercices d'en reproduire une pour respecter cette catégorie de visuels.

La sobriété se retrouve jusque dans l'image même : beaucoup de vide, des couleurs pures, peu de détails.



Une affiche de la série True Detective

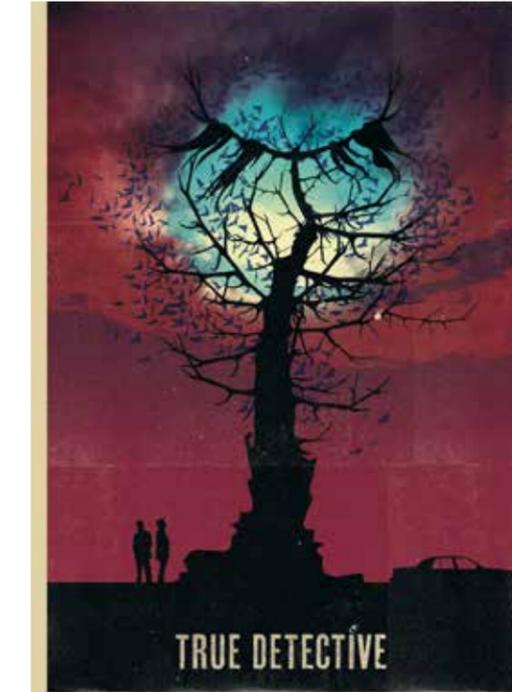
Une composition récurrente

Les compositions des visuels de True Detective, quels qu'ils soient, ont souvent de nombreux points communs. Le plus flagrant d'entre eux est la ligne

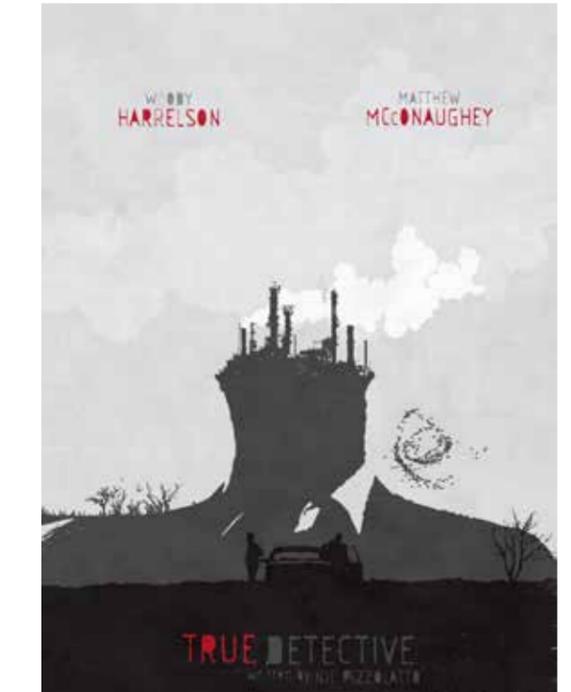
horizontale, que l'on trouve à environ 1/5e de l'image, à chaque fois. C'est aussi souvent 1 ou 2 personnages devant un décor vaste et large.



Quelques exemples d'affiches



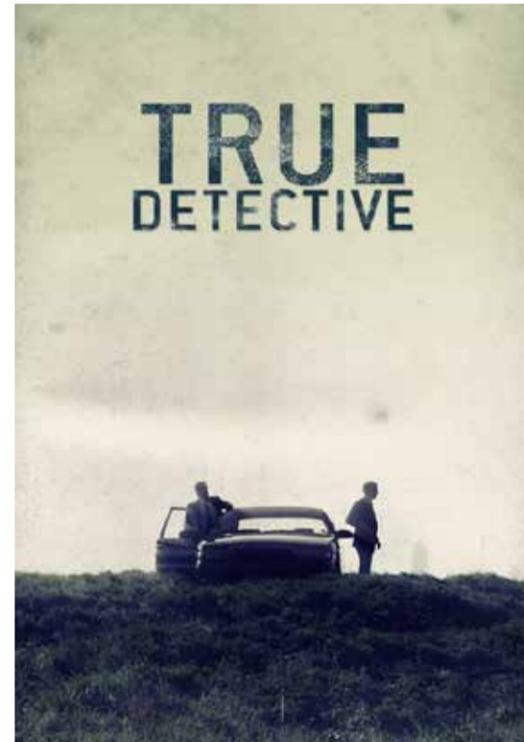
Qui ont toutes en commun



Leur ligne horizontale au même endroit

Des couleurs peu saturées

True Detective, comme beaucoup de séries policières, se distingue par ses couleurs peu vives. Même sur certaines de ses affiches



Une affiche de la série True Detective

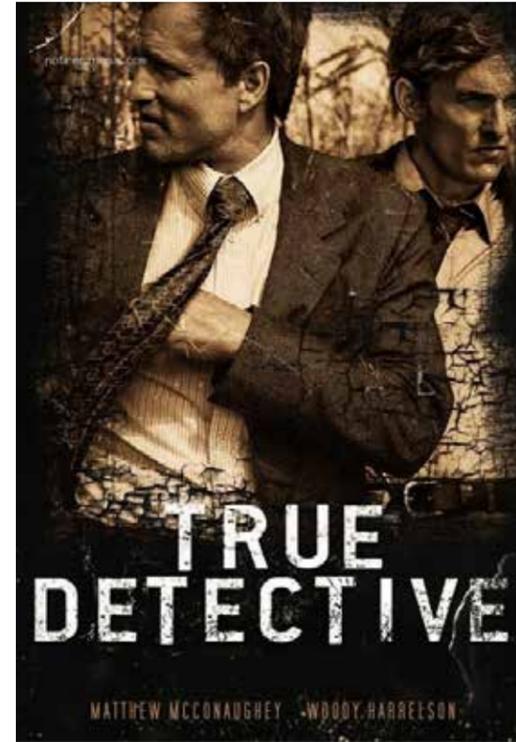


Une affiche de la série True Detective

Comme on le remarque avec les exemples autour, on ne trouvera jamais de couleurs vives dans True Detective, si ce n'est le rouge dans certaines d'entre elles ainsi que le générique (rouge qui se démarque d'autant plus qu'elle est la seule couleur vive : elle souligne ses symboliques que sont le sang et le satanisme).

Malgré ces couleurs désaturées, on trouve beaucoup de contraste dans leurs affiches : clair-obscur, petits éléments dans de vastes décors...

Cette série, cependant, le pousse à l'extrême sur certaines de ses affiches, qu'on pourrait prendre pour du noir et blanc, ou de vieilles photos (avec un effet sépia ci-dessous).



Une affiche de la série True Detective

Une atmosphère vintage

Que ce soit avec le filtre sépia vu précédemment, ou le filtre réchauffant ici, True Detective aime faire allusion aux débuts de la photographie.

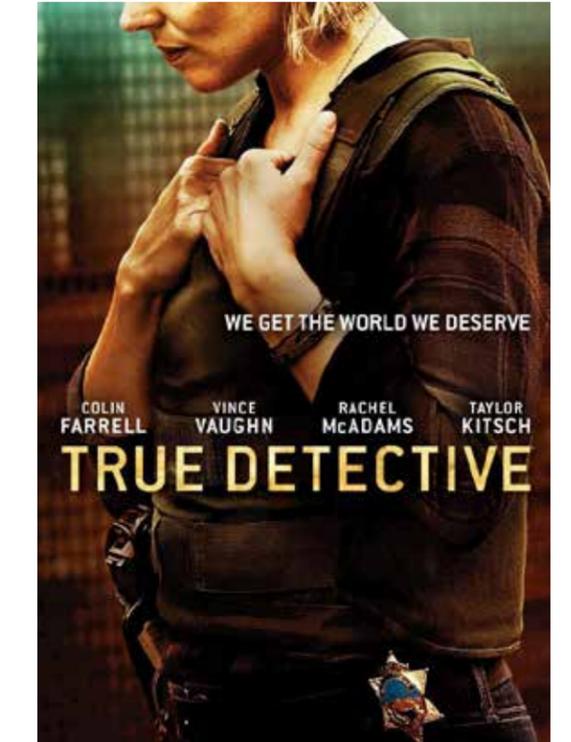


Les personnages de la seconde saison

Si la première saison se concentrait pour cela sur des images presque noires et blanches, comme des argentiques, la seconde saison utilise de façon récurrente un filtre réchauffant.

Ce choix vient du lieu de la saison : la première se passait dans un bayou humide, ici tout a lieu dans un désert chaud. Ainsi, le filtre réchauffant prend tout son sens.

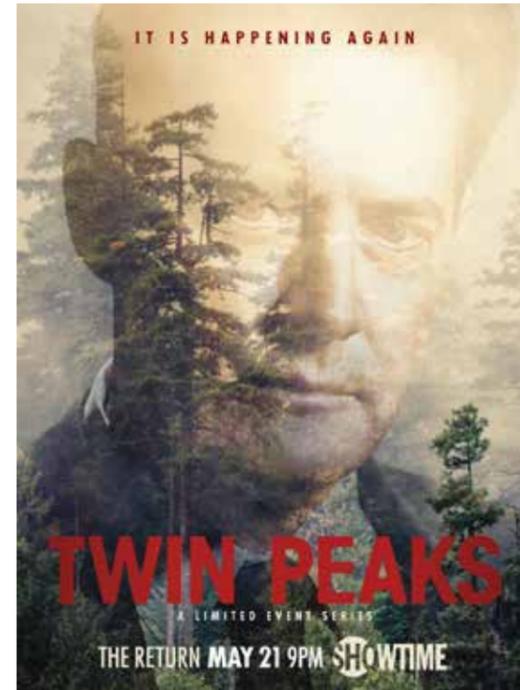
Pour la seconde saison de True Detective, l'identité visuelle adopte le filtre réchauffant.



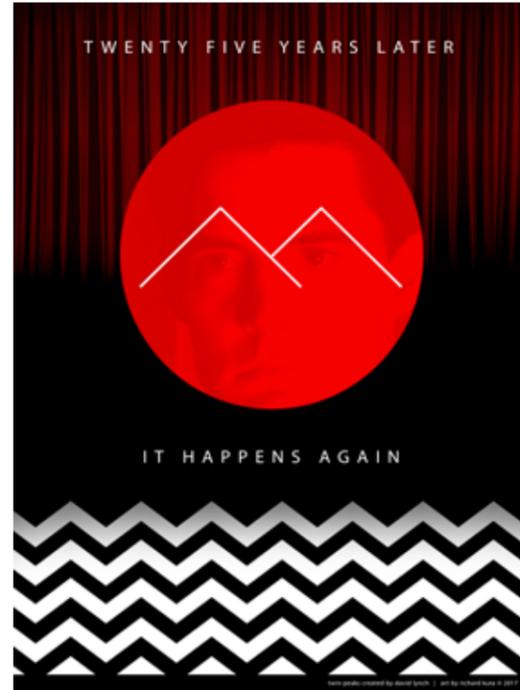
Une affiche de la série True Detective

Twin Peaks

Avant de me mettre aux exercices de continuité d'identité visuelle, j'ai comparé la stratégie de True Detective à celles d'autres séries que j'apprécie.

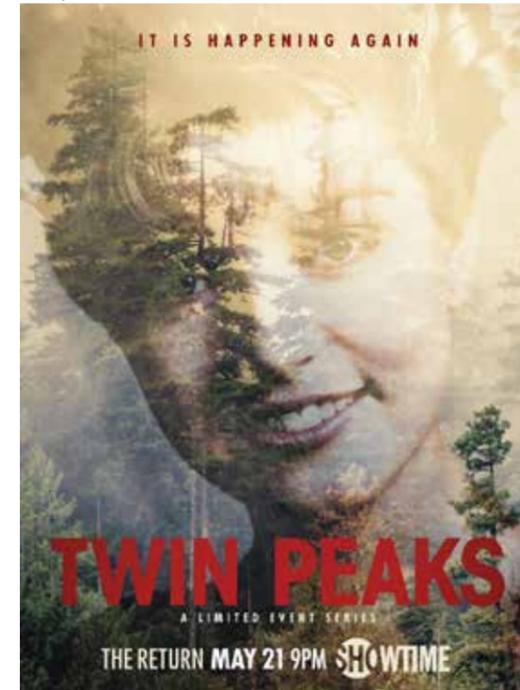


Une affiche du retour de la série Twin Peaks en 2017



Une affiche de fan reprenant l'identité visuelle de la série pour annoncer son retour

La première d'entre elle, Twin Peaks, est un cas un peu particulier : l'une des premières séries, elle a la particularité d'avoir eu un trou de 25 ans. Voyons l'évolution.



Une affiche du retour de la série Twin Peaks en 2017

La naissance d'une série culte

Twin Peaks est une série télévisée diffusée pour la première fois en 1990 sur une chaîne «expérimentale».

La communication à l'époque n'était pas aussi importante : peu de pubs, Internet n'était pas aussi populaire, pas de réseaux sociaux, les séries télévisées n'étaient pas très estimées...

Elle est l'une des premières séries télévisées à avoir autant de succès : comme un très long film, à une époque où les séries étaient de petites productions pour passer le temps.

Cette époque explique une communication visuelle très faible. Aucune affiche, pas de logo...

On retrouve cependant déjà des intentions de direction artistiques très fortes.

Notamment la typographie, identique partout, et les couleurs principales : un rouge pur et du vert (on remarquera la complémentarité de ces 2 couleurs).

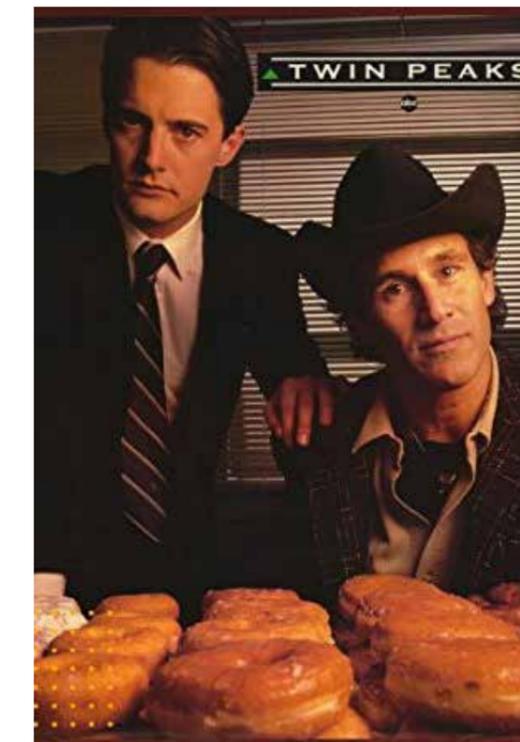
Par ailleurs, le vert représente le monde réel où se déroule l'action de la série, Twin Peaks (des grandes forêts de sapins dans les montagnes), et le rouge le monde «surréaliste» dans lequel l'on passe régulièrement (cf image en haut à gauche).



Une image de la série avec le titre incrusté

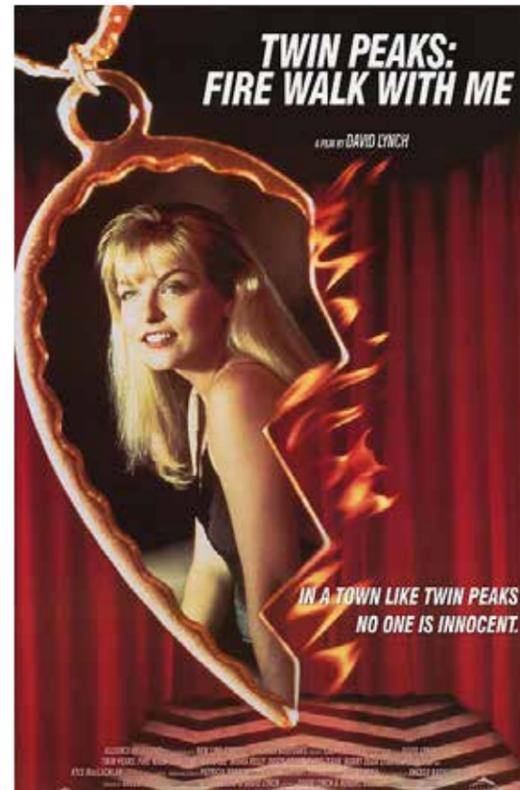


Une image du générique



Une couverture de magazine

Fire Walk With Me, un à-côté



Les différentes affiches du film diffusées à l'époque, principalement pour les cinémas.

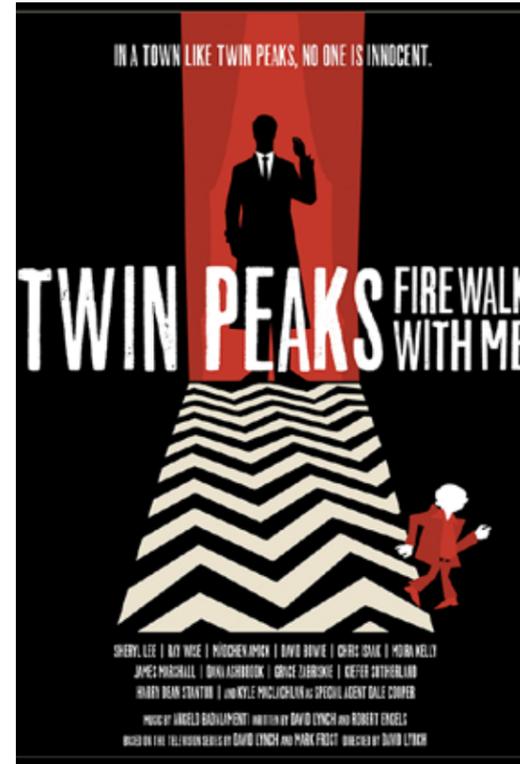
Fire Walk With Me est un film «crossover» de la série Twin Peaks, mais pas des mêmes réalisateurs. Il se passe avant la série.

Etrangement -quoique-, on remarquera que le film ne respecte pas tout à fait les directions artistiques de ses prédécesseurs. Preuve que l'identité visuelle d'une création a son importance.

Par exemple, on retrouve la couleur rouge, mais pas la couleur verte. La typographie est sensiblement la même, mais blanche et italique, ce qui lui fait perdre beaucoup de sa saveur : elle est beaucoup plus fade.

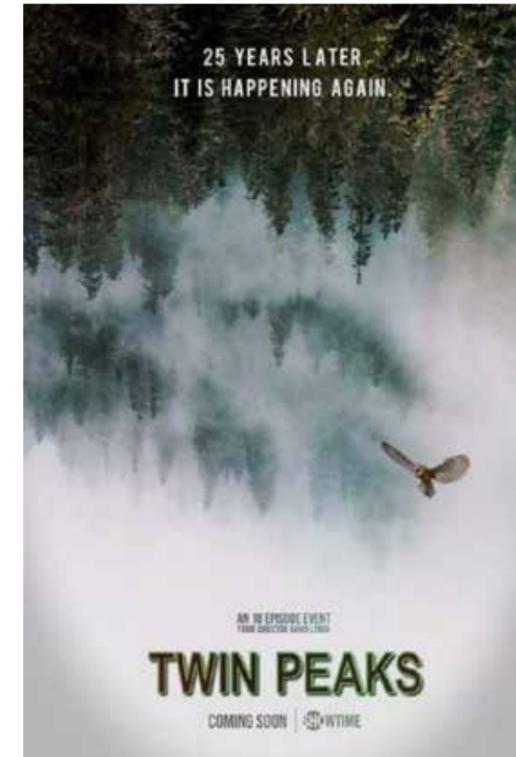


Contrairement à la série Twin peaks, ce film a fait un bide monumental. Néanmoins il est une expérience comme une autre et une étape de l'évolution de la DA de la série.



Une affiche du film, réalisée par un fan

Le retour, 25 ans plus tard



Une affiche pour le retour de la série

En 25 ans, l'identité visuelle des séries a changé. Si autrefois on trouvait quelques photos et de rares affiches dans les magazines, aujourd'hui c'est une autre histoire.

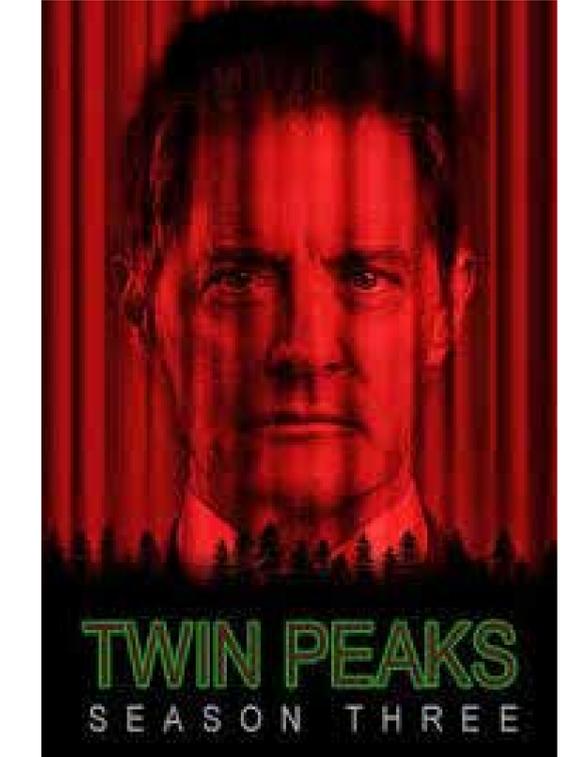


La typographie de la 3e saison

En 25 ans la communication a pris beaucoup d'ampleur, avec un gros effet d'excitation avant les sorties de films et séries. Il y a du coup beaucoup plus d'affiches que les premières saisons et elles sont beaucoup plus dirigées.

On retrouve encore l'omniprésence du rouge et du vert, la même typographie, ainsi que les rideaux rouges, et les sapins. Enfin, deux éléments clés de Twin Peaks : une ambiance onirique et le héros Dale Cooper.

Malgré ces 25 ans d'écart, la série a su rester fidèle à ses valeurs, et les a réinterprété au goût du jour. Plus subtils, les thèmes restent les mêmes.



Une affiche pour le retour de la série

Bilan d'une identité intemporelle

Twin Peaks est un cas unique dans l'histoire des séries : l'une des premières d'entre elles, elle en possède pourtant des codes toujours d'actualité.

Malgré tout le temps passé, on remarquera que la série a su garder son identité visuelle et son authenticité.

Malgré quelques évolutions, la typographie est restée la même : parfois moins criarde, elle est identique au niveau de la forme, et utilise toujours les couleurs phares de la diégétique Twin Peaks.

Les couleurs, justement, ont à peine évolué. Sans doute moins saturées désormais (sauf exception à droite), elles restent les mêmes qu'il y a 25 ans : rouge et vert.

Le fait qu'une série ayant commencé il y a 25 ans, à l'aube des séries, possédait déjà une identité visuelle, montre la vraie importance de celle-ci.

D'autant plus quand on sait le succès qu'a eu Twin Peaks : la direction artistique possède une grande influence.

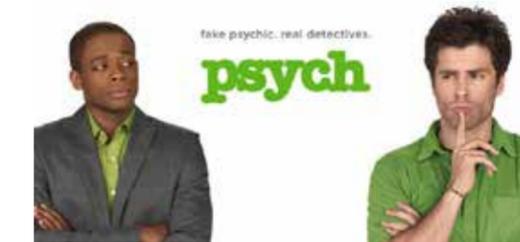
C'est un exemple qui, je trouve, illustre parfaitement la force et l'intemporalité d'une identité visuelle.



Une affiche pour le retour de la série

Psych

Psych est une série policière comique, parodiant la vague de séries proposant des personnages «mediums».



Une affiche de la série Psych

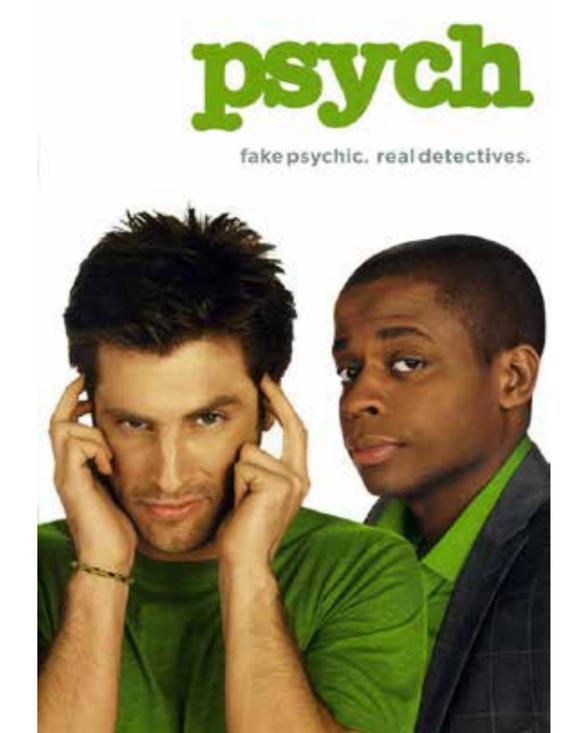
La couleur principale est un vert/jaune, mélange de l'ananas lui-même et de ses feuilles. Elle s'applique à la typographie.

Celle-ci est simple, ronde, avec des gros empâtements ronds inspirant la sympathie.

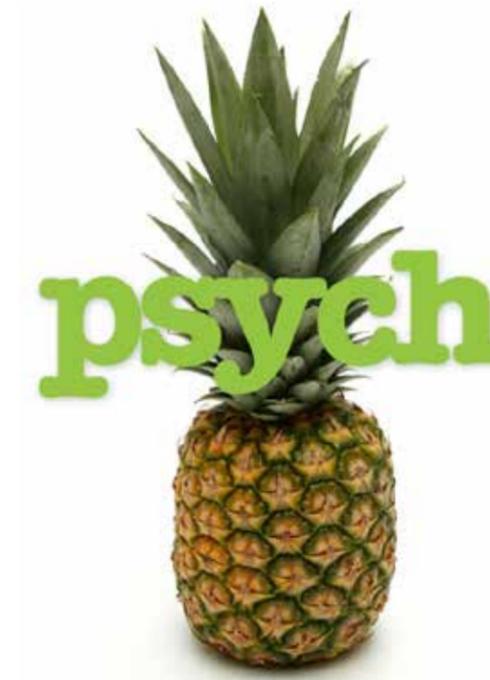
Sur les affiches, peu d'éléments : les héros (aux poses caricaturales et comiques), le titre et une phrase d'accroche en quelques mots.

Leur intention est d'avoir une identité

Complètement décalée, l'identité visuelle est elle aussi décalée, et se base donc sur un élément improbable : l'ananas.



Une affiche de la série Psych



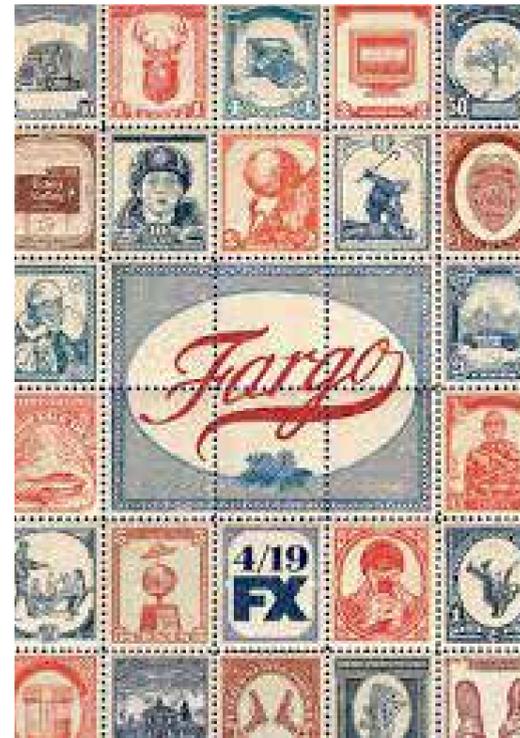
Une affiche représentant un ananas, symbole de la série Psych

Fargo

Fargo est une série policière **sérieuse inspirée d'une histoire vraie**. Elle présente des gens lambda qui craquent et deviennent de vrais criminels.

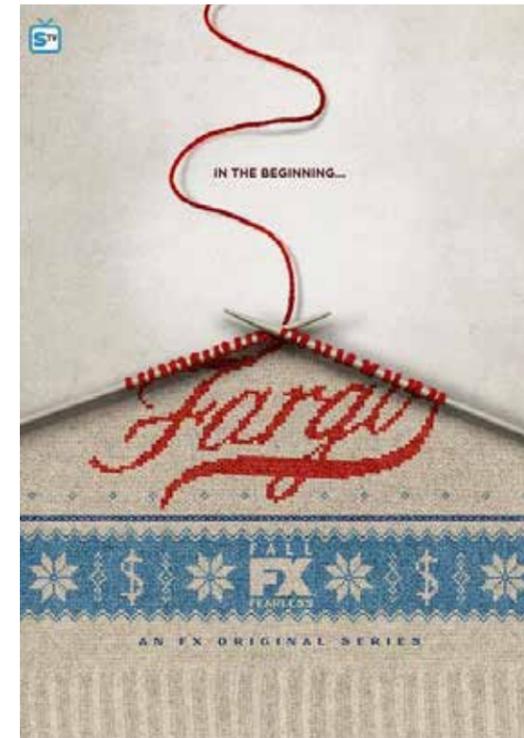
Leur direction artistique se retrouve à chaque fois sur des pulls brodés du titre, d'une illustration, et/ou d'informations (la chaîne de diffusion, une phrase d'accroche, etc...). On a aussi un exemple où on retrouve le titre, les informations et des illustrations thématiques sur des timbres (ci à gauche).

Les couleurs sont toujours les mêmes : un blanc cassé (pour la couleur du pull ou des timbres), ainsi que du rouge (représentant le sang) et du



Une affiche très authentique de Fargo

Leur identité visuelle est très reconnaissable car elle est entièrement **basées sur des illustrations et matières** (laine, tissus, papiers...).



Une affiche promotionnelle de la série Fargo



Une bannière à la sauce «Fargo»

L'intrigue de notre saison

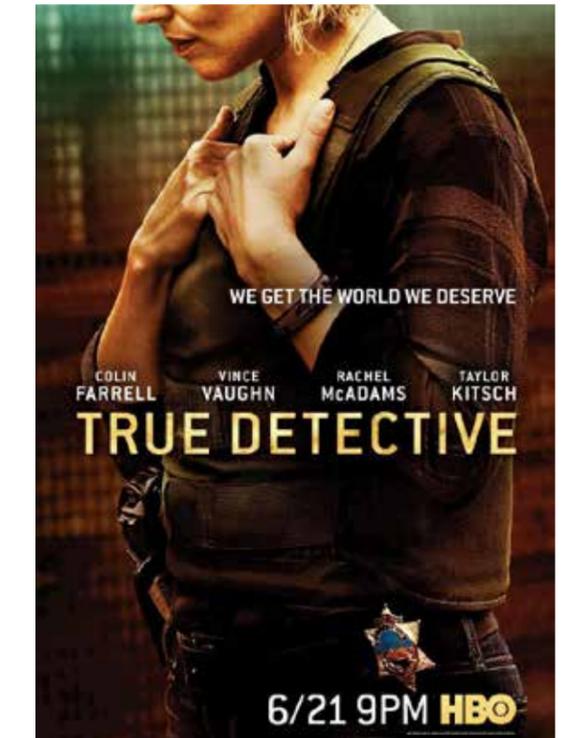
L'un des grands intérêts de True Detective pour nous, c'est que **chaque saison présente ses propres (et donc nouveaux) lieux, personnages et intrigues**.

Pour notre saison, nous avons décidé de reprendre une intrigue similaire à la saison 1 (qui a eu un succès énorme), plutôt que la saison 2 qui s'est un peu égarée.

Ainsi notre intrigue tourne autour de la manipulation et du satanisme. Une femme, policière qui plus est, a manipulé un jeune stagiaire pour tuer un innocent et accomplir un rituel satanique avec son cadavre. Deux policiers enquêtent alors avec eux, sans même les soupçonner.



Malgré tout, leur identité visuelle reste **cohérente et continue**, avec évidemment quelques variations liées à l'intrigue de la saison.



Mes affiches

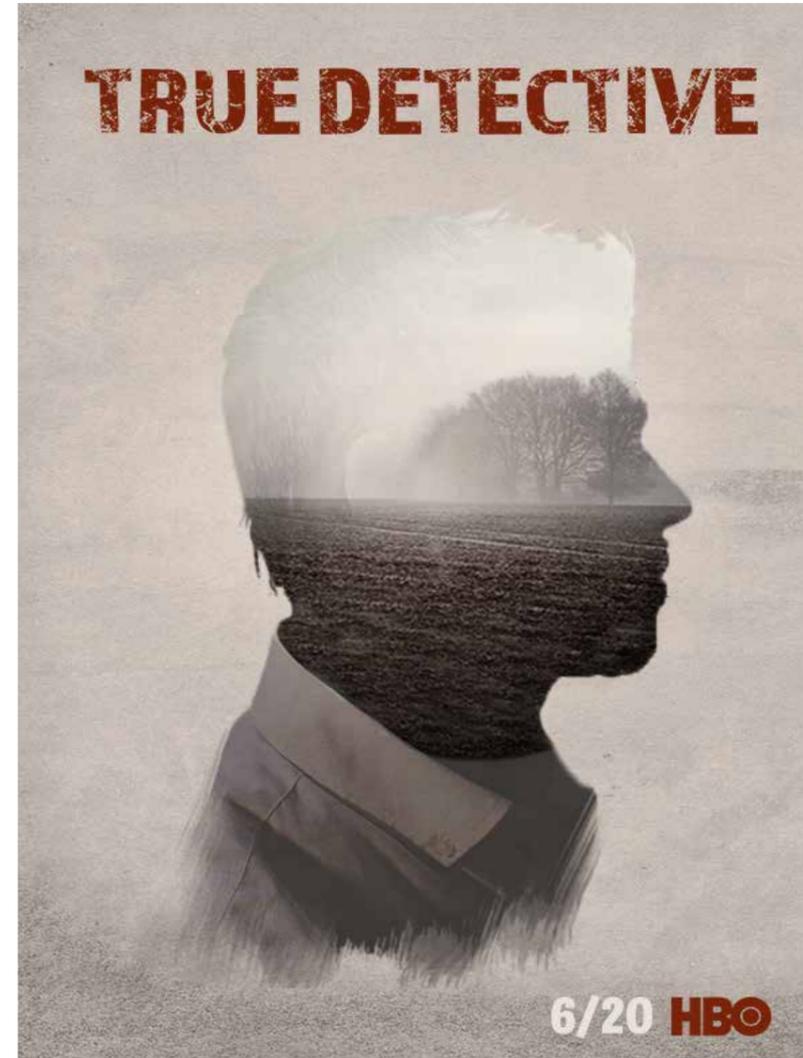
La première des affiches que j'ai réalisé reprend la sobriété de l'identité visuelle de True Detective.

Comme indiqué précédemment, j'ai repris la série d'affiches présentant des décors dans un visage, et faire ma propre déclinaison.

Facile à reproduire, j'en ai alors profité pour effectuer quelques variations que j'aurai choisi d'effectuer, et non que j'aurai loupé.

Par exemple, j'ai décidé de ne pas représenter de personnages dans le décor. En effet, si dans True Detective les deux personnages sont très dépendants, dans notre saison fictive, le mien est un peu en retrait de l'intrigue principale, et donc des autres personnages.

L'autre différence majeure est dans la colorimétrie, beaucoup plus chaude ici. C'est un choix générale de notre DA, expliqué plus loins.



Mon premier exercice pour le projet

Mes affiches

La seconde affiche que j'ai réalisée, servant à présenter mon personnage, vient de la série d'affiches présentant ceux de la seconde saison.

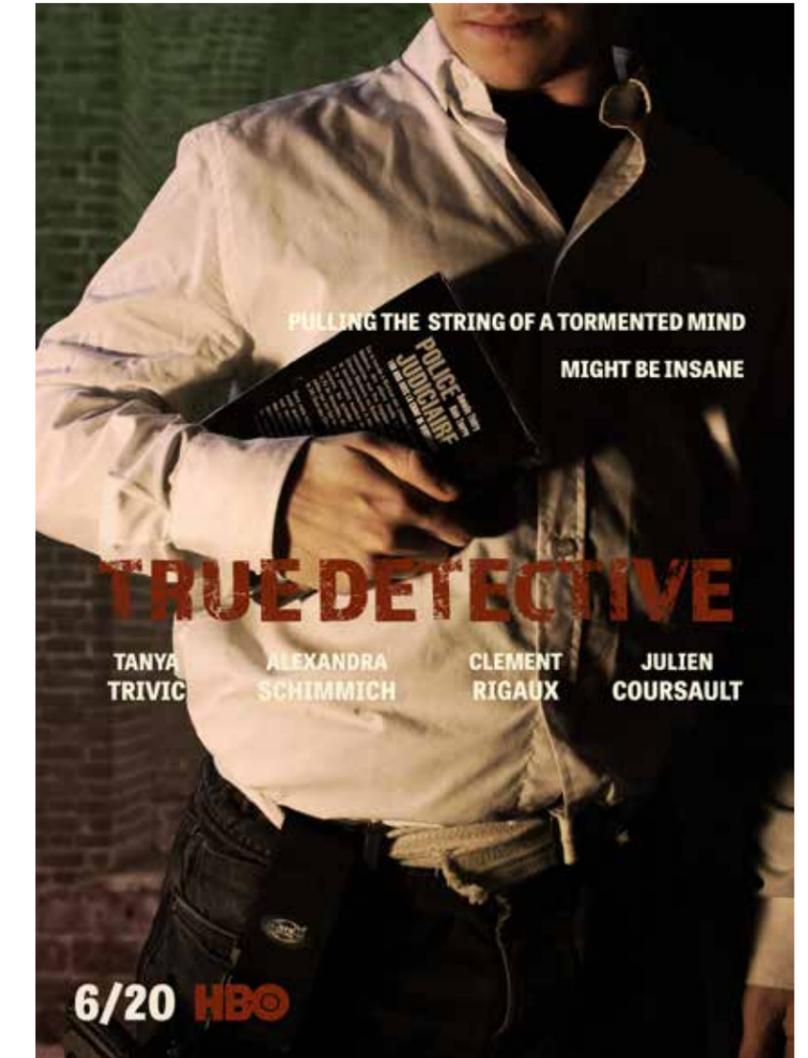
Cette affiche fait partie d'un ensemble décidé par le groupe. En effet pour la saison 2 de True Detective, les 4 personnages principaux sont présentés dans une série d'affiches similaires.

Nous avons repris leurs codes : un personnage centré, dont on ne voit pas le visage, sur un décor grisé et flou.

On y a aussi ajouté quelques touches personnelles.

Principalement les couleurs, différentes, plus chaudes et unies.

Mais aussi la typographie, plus lourde et pesante, pour donner plus d'ampleur à l'atmosphère de cette saison fictive.



Mon second exercice pour le projet

Les références

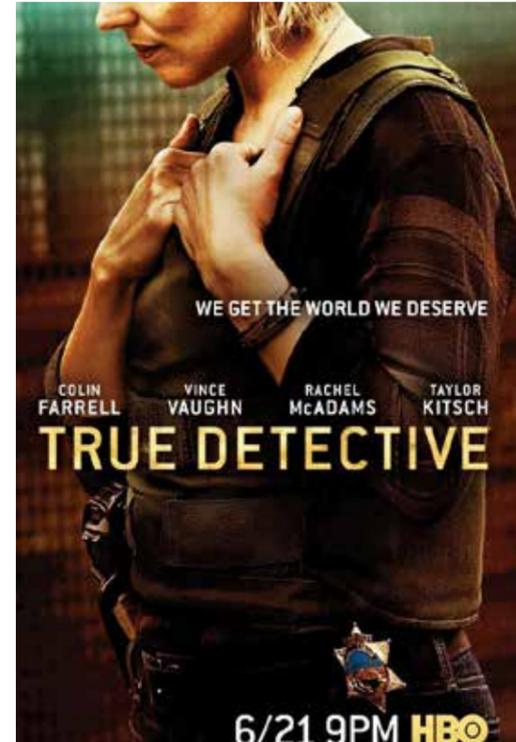


La référence pour ma première affiche

Ci à gauche la référence pour ma première affiche : sobre, onirique, artistique.

Ci à droite la référence pour ma seconde affiche : détaillée, réaliste, photographique.

Ces deux références, très éloignées et pourtant appartenant à une même DA, m'ont servis de bases pour concevoir 2 visuels très différents sur un même projet.

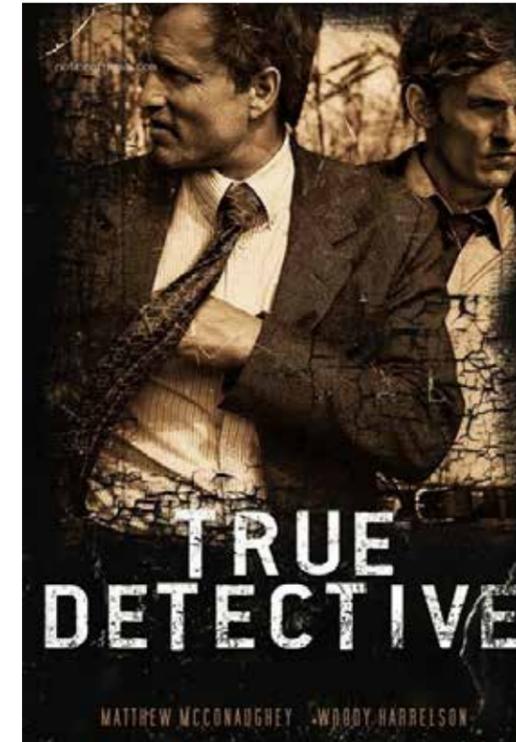


La référence pour ma seconde affiche

La typographie choisie

Sous plein de variantes, la typographie reste néanmoins la même à chaque saison.

Nous n'avions donc aucune raison d'en changer : nous l'avons juste décliné, et utilisé la même pour tous les travaux du groupe, dans un but d'harmonie.



Un exemple de typographie sur une affiche

TRUE DETECTIVE

La typographie est toujours sensiblement la même d'une affiche à l'autre, et ce dans toutes les saisons.

Pour cette raison nous avons décidé de garder les éléments clés : la forme géométrique, l'absence d'empâtements, et les légères déchirures pour la texture.

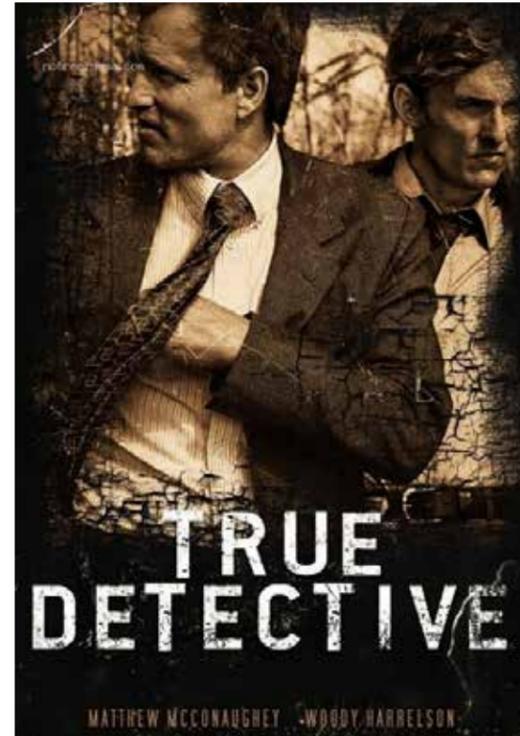
Nous avons d'un commun accord choisi de varier un peu celle-ci pour marquer notre impact sur cette saison fictive : nous avons alourdi la typographie en référence au sujet lourd (la manipulation de mineurs), et choisi une couleur unique pour tous les visuels, afin d'harmoniser nos travaux.



Un exemple de typographie sur une affiche

Les couleurs choisies

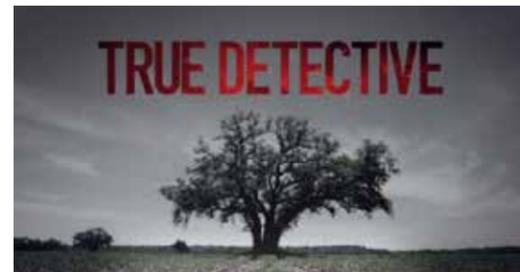
Nous avons repris les éléments clés des couleurs de la communication de True Detective.



Des couleurs peu saturées et chaudes

Pour les couleurs, nous nous sommes tout de suite imposés les bases de True Detective : sombre, peu saturées, 1 couleur qui se démarque (tout comme eux, nous avons choisi le rouge, très adapté : sang, satanisme...).

Avec une vue générale, nous avons décidé pour harmoniser nos travaux d'être assez monochrome, et avec des couleurs chaudes (rouge, vert-jaune...).



Une couleur qui se démarque du reste

Nous avons repris un peu des 2 saisons, arrangés à notre sauce, et unifié pour tous les travaux du groupe.



Une touche très photographique

Bilan



Ma première proposition

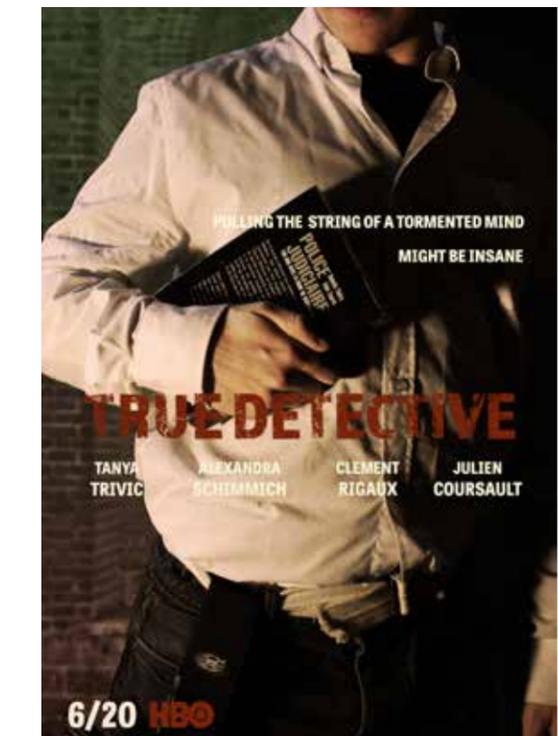
J'arrive donc à 2 propositions, photomontages réalisés suite au photoshooting que nous avons réalisé en groupe.

La première, très sobre, déclinaison des affiches oniriques de la première et subtile saison de True Detective.

La seconde, affiche informative, morceau d'une série réalisée en groupe sur les différents personnages de notre saison. Directement puisée de l'identité visuelle de la saison 2, elle est beaucoup plus généreuse en textes et informations.

Ces deux photomontages, ainsi que le photoshooting, sont les premières étapes que j'ai réalisé pour le projet commun sur la série policière. C'est ici que les grandes directives se sont installées, et que nous nous sommes lancés dans la création de notre propre identité visuelle.

Pour ce premier rendu, j'arrive après réflexion à ces 2 propositions très différentes et pourtant directement tirées des différentes saisons.



Ma seconde

Fin
