



SUR LES QUAIS

L'Art Urbain le long du Canal de l'Ourcq

Eva Pascoal Web 15 mois
Avril 2021



Sommaire

04 | Recherches commentées

05 | Street Art Cities

08 | Musée des Arts Décoratifs

10 | 59 Rivoli

12 | Identité concept

13 | Rappel du concept/contexte

15 | Brainstorming

15 | Stratégie sémantique/codage

16 | Croquis, vectorisations, déclinaisons

17 | Dessins exploratoires

20 | Logos déclinés sur Illustrator

22 | Justification du choix final

24 | Mise en situation

25 | Propositions personnelles

Recherches commentées

Street Art Cities

Street Art Cities est une application créée en 2016 qui regroupe la plus grande Communauté de Street Art au monde.

Elle met en relation des « chasseurs » passionnés de Street Art du monde entier afin de documenter l'application sur l'art de rue de chaque ville. Son but est de permettre au monde entier de trouver des œuvres de Street Art et de comprendre leurs histoires, peu importe l'endroit où on se trouve.

PERSONNALITÉ ET TABLE DE VOX

Physique : c'est une typographie qui appartient à la famille des Linéales. Les lignes sont épurées, droites, fines, sans ornements, sobres et simples. La typo, sans empattement, est fonctionnelle, géométrique et contemporaine. Pourquoi ? Afin d'aller directement à l'essentiel. C'est une typo minimaliste qui fait preuve de précision, d'efficacité et de fonctionnalisme.

Caractère : froid, direct mais le dernier mot en gras apporte de la chaleur, ainsi que les légers arrondis sur les T, les lettres en minuscules apaisent le tout.



Vocation : une chasse efficace avec des centaines de chasseurs partout sur la planète à l'affut de la zone de Street Art pas encore répertoriée ou découverte. Une typo facilement lisible qui peut être comprise par tous, étant une application qui regroupe des milliers de villes.



Street Art
Cities







COULEURS ET FORMES

L'insigne du logotype, en forme de rond, **attire le regard**. C'est un **point de focus pour l'œil**. Un œil est d'ailleurs représenté au milieu du cercle, ce qui accentue davantage cet effet. Il évoque le désir de **toujours voir plus loin**, plus en détails. Comme s'il fallait regarder partout, tout observer, être attentif, avoir un œil de chasseur. Il aide à voir la **ville avec de nouveaux yeux**. Plus vous continuez à prêter attention à la ville autour de vous, plus celle-ci s'ouvre à vous.

Instinctivement, nous associons l'orange à un univers **vivant, pétillant, voire bondissant**. Cette couleur symbolise la bonne humeur, l'optimisme, la générosité, la fête, la créativité, la chaleur... La couleur orange apparaît souvent dans les univers en rapport avec la jeunesse, qui sont particulièrement touchés et représentés par les qualités qu'elle induit.

La couleur qui la souligne le plus souvent est le blanc. Neutre, effacé, le blanc permet d'inscrire des messages dans un bloc orange ou d'y tracer des formes dessinées. Alors même que le blanc semble s'effacer, oublié par le cerveau, **ce jeu de lumière apaise le regard**. De plus, les traits gras de l'insigne s'accordent avec le dernier mot « Cities » et viennent adoucir la typo linéale un peu « froide ».

Ce logo fonctionne donc plutôt bien, il est en rapport avec sa vocation, son but, sa cible. L'insigne s'impose avec force à l'esprit. Il est facilement mémorisable et déclinable.

Musée des Arts Décoratifs

Organisme privé, le MAD, autrefois appelé Union Centrale des Arts décoratifs (UCAD) puis Les Arts Décoratifs, a été créé à Paris il y a plus de 150 ans dans le sillage des Expositions universelles par des collectionneurs, des industriels et des artisans soucieux de la qualité des objets de la vie quotidienne.

Le MAD est donc une institution culturelle française réunissant musées, lieux d'enseignement et bibliothèques autour de l'art de vivre, des arts décoratifs, du design, de la mode et du textile, de la publicité et du graphisme.

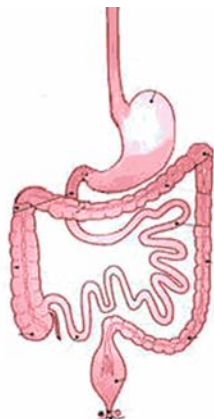
PERSONNALITÉ ET TABLE DE VOX

Physique : c'est une typographie qui appartient à la famille des Manuaires. Elle possède des caractères d'inspiration calligraphique. Le tracé des lettres semble être fait à la main posée et appliquée, peut-être même tracé d'une seule ligne, sans lever le stylo. La typo est grasse, souple, ondulée et arrondi.

Caractère : fantaisiste mais aussi moderne, équilibré, audacieux et chaleureux.

Vocation : transmettre culture et connaissance. Avoir une personnalité singulière, facilement identifiable et reconnaissable. Le logo peut faire penser à un chemin, au cheminement de la pensée, une sorte de guide un peu farfelu à travers la mode, l'art et le design.





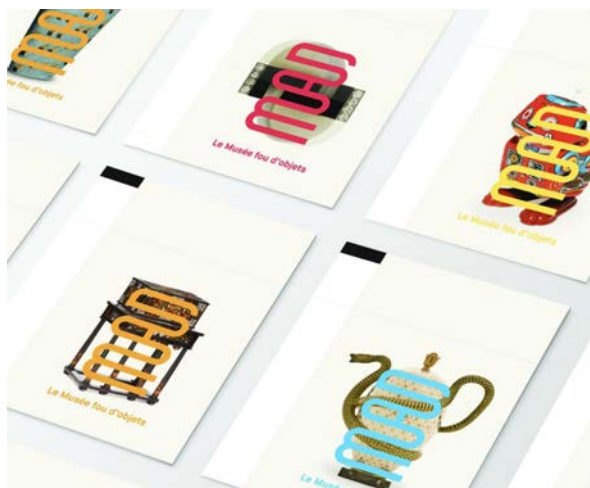
COULEURS ET FORMES

La forme du logo peut **sembler folle**. Elle pourrait correspondre à une métaphore de l'intestin du designer, voire à des créations qui sortent des tripes, des doigts avec une bague ou encore un mot devenant objet. Probablement un peu ce que l'on veut ...

Le logo au graphisme moderne, peut aussi être associé à des objets de collection du musée. La façon de positionner le logo par-dessus ces objets, produit un **assemblage coloré**

surprenant, invitant à la curiosité, à regarder derrière ... On retrouve ici la première mission d'un établissement culturel. Un **principe graphique efficace** pour installer le logo dans le paysage, mais qui atteint rapidement ses limites car cela peut devenir confus.

Le logo se décline sur plusieurs couleurs, sur l'ensemble des entités de l'institution. Des couleurs **vivantes, dynamiques, criardes**, qui font du bruit. Elles s'associent ainsi parfaitement à la forme un peu folle du logo. Le tout renvoie un côté **décalé et surprenant** que cherche à provoquer ce musée.



59 Rivoli

Le 59 Rivoli, initialement baptisé Chez Robert : électrons libres, est un collectif d'artistes, fondé en 1999 et basé dans un immeuble anciennement squatté au numéro 59 de la rue de Rivoli à Paris.

Il accueille ainsi dans ses murs plus de 30 artistes en résidence. Des concerts animent le lieu et sa galerie d'art contemporaine est ouverte aux artistes du site mais également à des artistes extérieurs au lieu. Le 59 se veut être un pôle artistique autour duquel expressions singulières, langues d'art et créativité variées gravitent.

PERSONNALITÉ ET TABLE DE VOX

Physique : c'est une typographie qui appartient à la famille des Réales. Typo lourde, grasse, style pochoir avec un contraste puissant de blanc et noir enfermé dans un cercle.

Caractère : imposant, percutant, touchant, singulier.

Vocation : au cœur d'une capitale muséifiée, le 59 se révèle être un îlot d'originalité, véritable fabrique des possibles, à l'infini. Le pochoir est une forme d'expression du Street Art apparu dans les années 80. La technique du pochoir permet à ces artistes de rendre leurs œuvres très précises et très percutantes. Le message est clair, il fait mouche. Cette technique permet également de reproduire à l'infini la même œuvre.

COULEURS ET FORMES

Le 59 Rivoli est l'un des plus anciens lieux alternatifs parisiens. Alternatif par sa capacité à créer une passerelle entre deux mondes : la rue de Rivoli, artère commerciale et touristique et son historique de squat. La forme du logo peut donc faire penser aux **porte-clés des anciennes chambres d'hôtel** mais cette fois-ci, avec une touche de Street Art, car le 59 c'est un peu **l'hôtel des artistes qui vont et qui viennent**.

Ils prennent leur clé pour une courte ou longue période durant laquelle nous pouvons admirer gratuitement leurs œuvres.

La forme en rond permet également de focaliser le regard sur l'intérieur du logo.





59
RIVOLI

Identité concept

Rappel du contexte/concept

Depuis le début des années 2000, La Ville de Paris veut faire du 19ème arrondissement un lieu incontournable du Street Art à Paris. De nombreux projets artistiques, qui rassemblent les artistes mais également les habitants, les écoles et les foyers, sont ainsi financés.

Ils permettent la promotion, la diffusion et la réalisation d'actions mettant en valeur **la diversité culturelle dans le 19ème arrondissement**. Cela témoigne de la volonté de la Mairie de laisser s'exprimer les artistes sur son territoire et de susciter la visite des plus talentueux d'entre eux dans ses quartiers.

L'académie de Paris investit également depuis plusieurs années pour faire du Street Art un moyen d'apprentissage dans les écoles afin de changer des modes d'enseignements traditionnels : sortir des classes et **aller découvrir en extérieur la diversité des moyens d'expression de l'art**.

Plusieurs projets éducatifs ont ainsi vu le jour. Une nouvelle façon d'aborder l'art et la culture qui plaît autant aux élèves qu'aux professeurs.

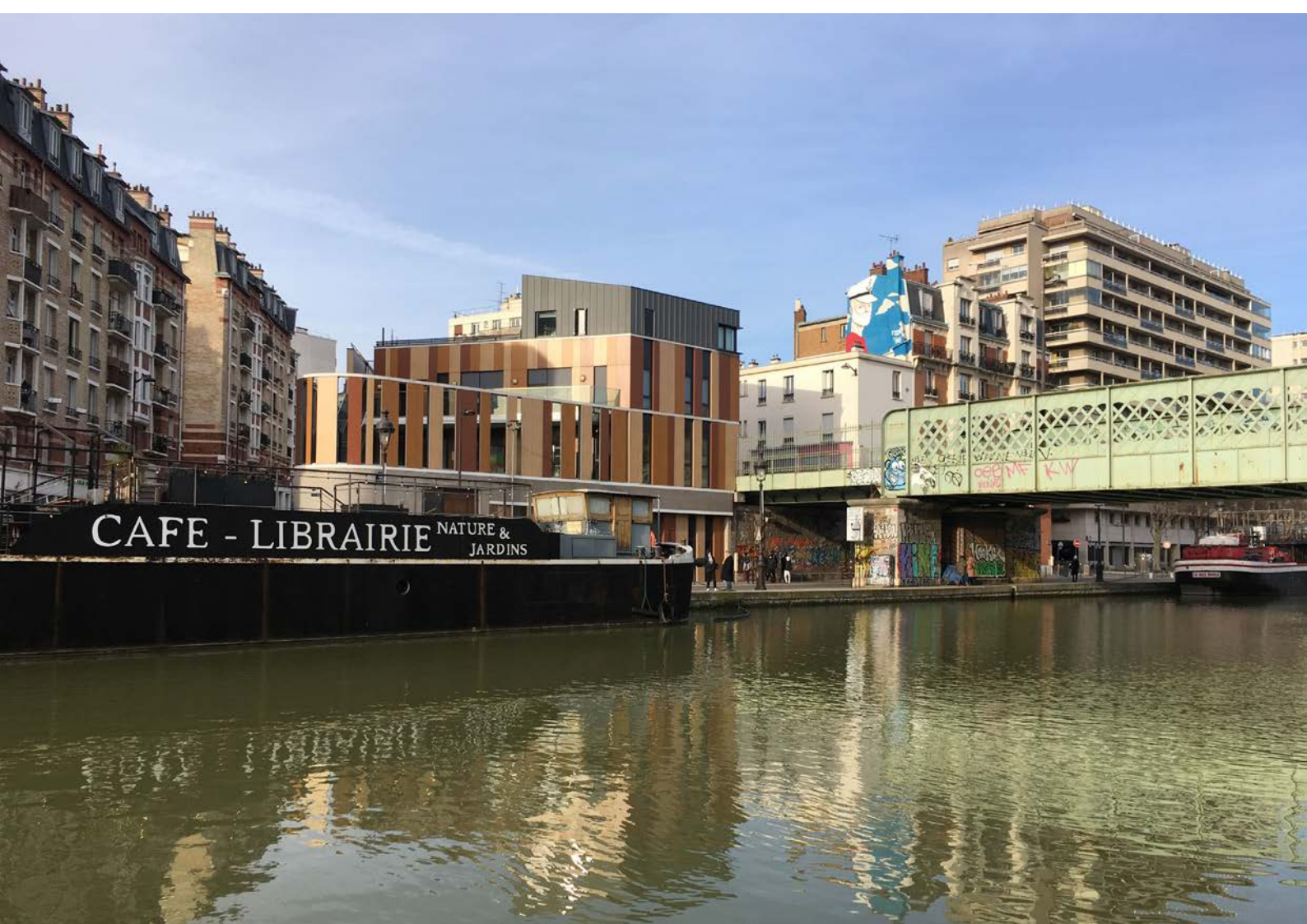
Plusieurs sites internet existent pour participer ou se renseigner sur de tels sujets. Cependant, les informations sont éparpillées et pas toujours mises à jour.

Nous voudrions donc mettre en place un site internet qui regrouperait événements, activités et parcours en se



concentrant autour du **Canal de l'Ourcq** et d'une cible précise : **les jeunes de 15 à 20 ans environ**.

Il faut donc affirmer que malgré tous les sites existants sur le Street Art, le nôtre peut compter parmi ceux capables d'apporter davantage de **visibilité au 19ème arrondissement** et de se démarquer par les **projets éducatifs, pédagogiques et ateliers proposés**.



Brainstorming

L'objectif est de trouver un nom avec un symbole pour notre site, afin de se positionner de la manière la plus efficace et compréhensible possible.

- Canal de l'Ourcq / Canal / Ourcq
- Street Art / Street / Art
- Tag / Calligraphie
- Artiste / Œuvre
- Urbain / Rue
- Eau / Péniche / Quais / Vélo
- Web / Digital
- Carte / Plan / Pins
- Couleurs
- 19ème / Paris / La Villette
- Ecole / Jeune / Famille
- Marche / Randonnée
- Briser les règles / Covid

Propositions de noms :

- Street Art sur l'Ourcq
- Canal du Street Art
- Canal des artistes
- L'Ourcq des artistes
- L'Ourcq et ses artistes
- Les artistes sur l'Ourcq
- L'Ourcq & Street Art
- L'Art sur l'Ourcq
- L'Ourcq Art (look at : regarder)
- Canal Artistik (Artistik Rezo)
- Zone Art 19 / Canal Art 19
- Canal Paris 19
- Art'Ourcq (art tour)
- Canal de l'Ourcq / Canal Street
- Art Tour

Stratégie sémantique/codage

Un logo qui fusionne avec les codes de l'art et du digital.

Notre logo devra dédager une attitude :

- Audacieuse
- Chaleureuse
- Percutante
- Symbolique

Notre logo devra faire référence :

- Au Canal de l'Ourcq : un univers en mouvement, en évolution constante
- A la découverte, l'exploration
- A l'inattendu
- A la connaissance, culture, art
- Au partage

Il devra avoir une personnalité singulière mais facilement identifiable.

Tous les éléments de notre logo devront être dessinés sur-mesure afin de créer un style percutant et innovant. Le design du bloc typographique privilégiera un style de lettrage haut de casse et sans empattements pour s'inscrire dans les codes des sites leader du référencement d'art urbain.

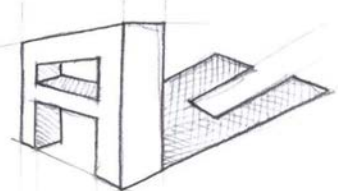
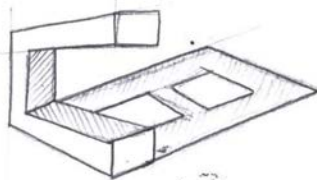
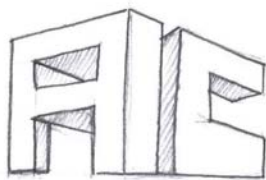
Le nom devra être court et simple : mémorisable. Il devra, de par sa fonction narrative, évoquer l'art urbain, le mouvement, le partage ...

Croquis, vectorisations, déclinaisons

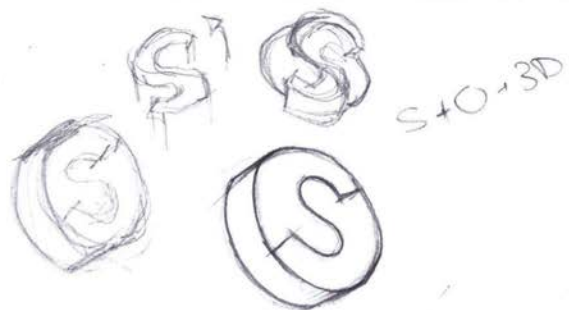
Dessins exploratoires

À partir de notre concept commun,
nous avons, dans un premier temps,
conçu notre logo à la main : croquis.

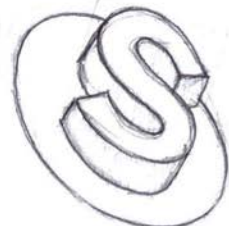
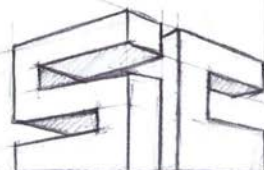
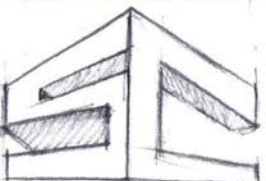
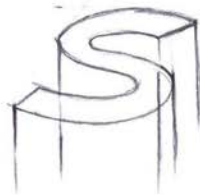
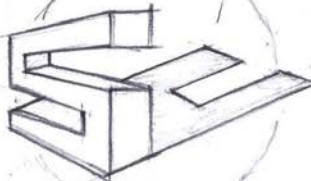
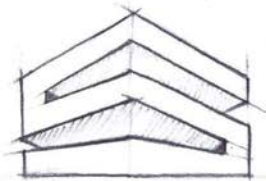
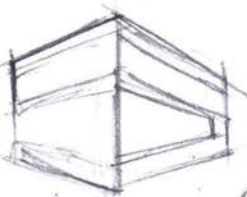
- Canal des artistes C + A
- L'Querc des artistes O + A
- Artistik Canal



Street Art : Mur, immeuble
3D ? Perspective ?



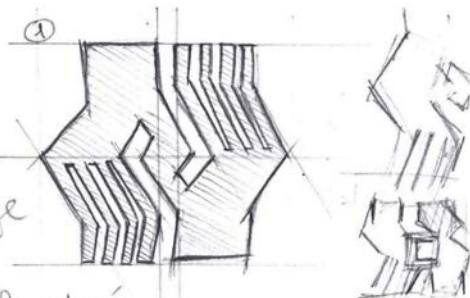
Ombre



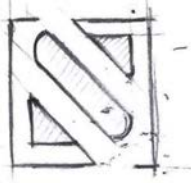
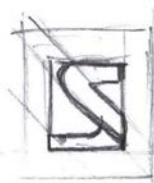
S + C

Street Art
Canal de l'Oureq

canal
vague
+
main
partage

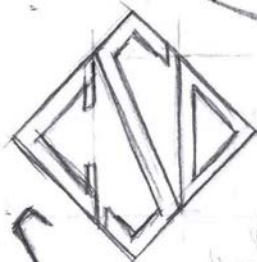
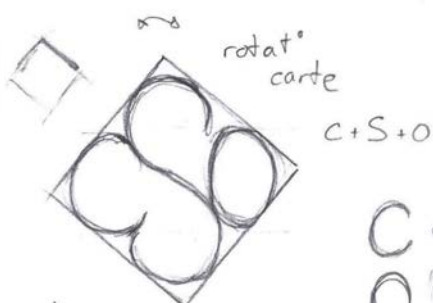


corte (map) + S



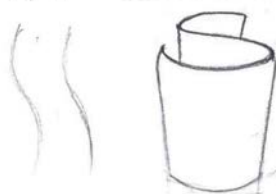
- S procturé
= plusieurs lieux à voir

1
2
mains

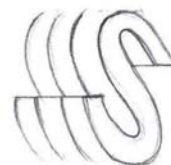


- incrustat° des
lettres de la map S

Map = chemin + S ?



carte
enroulée



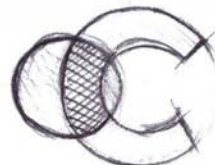
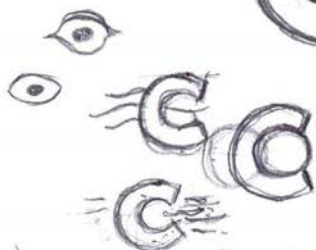
Canal = C
+ Oeil



Vagues



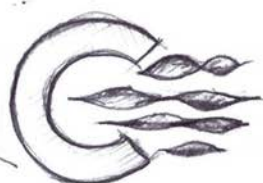
Canal de
l'Oureq



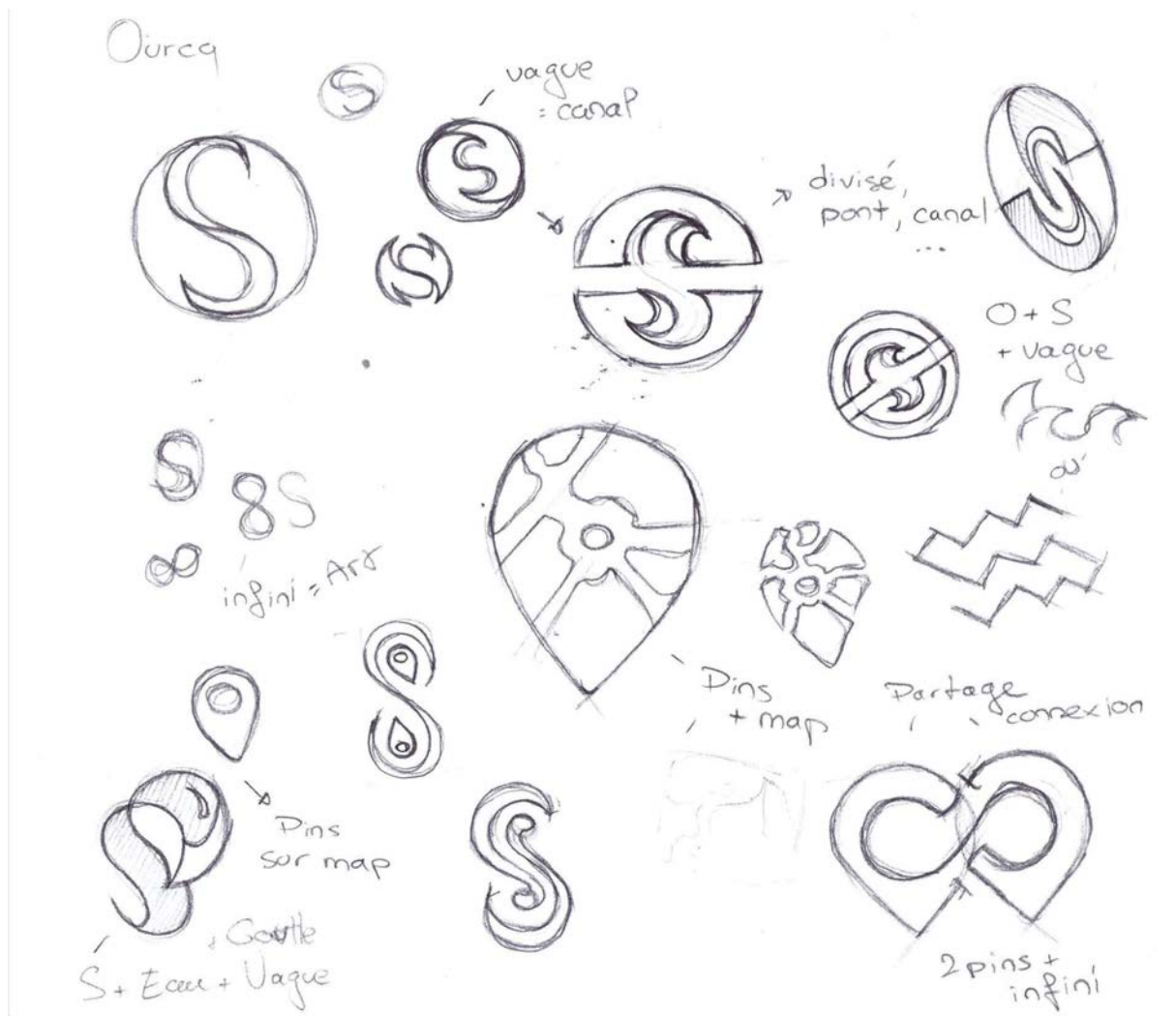
Eau,
miroitement
ds O



C +
miroitemt



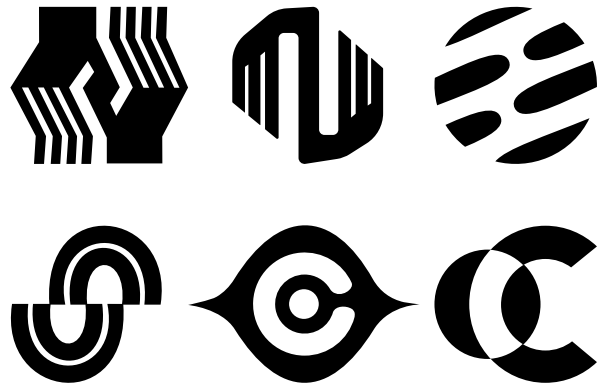
S+O



Logos déclinés sur Illustrator

Dans un second temps, nous avons choisis parmi nos croquis, ceux/ celles qui nous semblaient les plus pertinents pour être vectorisés et déclinés.

Réalisation d'une planche de logos vectoriels déclinés sur Illustrator :



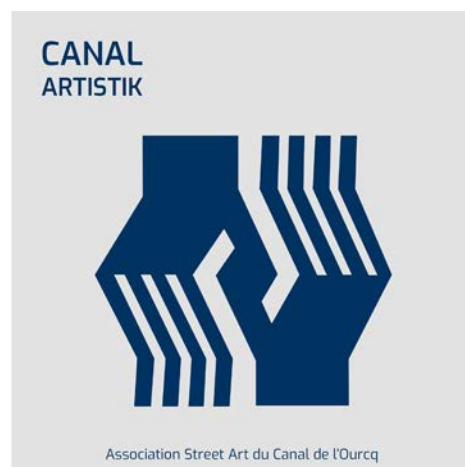
ARTISTIK
CANAL



ARTISTIK
CANAL



ARTISTIK
CANAL





Justification du choix final

Enfin, nous avons choisi un logo final et avons rédigé une réponse créative précise et argumentée, en justifiant nos choix graphiques.

NOM

Canal Artistik : « Artistik » avec un « k » à la fin pour rappeler la façon de communiquer par messages des jeunes. Une abréviation qui attise la curiosité. Ils pourraient davantage se sentir concernés étant notre cible principale. Le nom est aussi un clin d'œil à l'association Artistik Rezo à Paris, une ligne éditoriale qui regroupe des actualités sur le théâtre, l'art, la musique et le cinéma avec qui nous pourrions faire des collaborations et s'entraider mutuellement.



FORME

Le symbole du logo a pour forme des mains reliées afin de faire référence aux moments de partage, de cohésions, aux activités de groupe, aux rencontres et découvertes accompagnées que propose et garanti le concept de notre site. Ces mains sont ancrées dans une forme de vague pour symboliser le Canal de l'Ourcq, un univers en mouvement, qui bouge et évolue constamment.

Les mains sont également un symbole de liberté d'expression, de savoir-faire, d'écoute, d'ouverture d'esprit ... des valeurs que prônent le Street Art. Le Street Art est un travail à la main, elles évoquent donc cette dimension humaine. De plus, leur forme peut également évoquer un pinceau, une brosse qui serait utilisé par les artistes. Enfin, j'ai choisi de leur donner une forme géométrique afin d'être en cohérence avec la typographie du nom.

TYPOGRAPHIE

Exo : j'ai choisi la typographie Exo car c'est une police de caractères géométrique contemporaine sans serif qui tente de transmettre un sentiment futuriste tout en conservant un design élégant et chaleureux, ce qui concorde bien avec les intentions de notre concept (logo avec une personnalité singulière, audacieuse ...). De plus, cette typo donne du caractère à l'ensemble du logo. Elle est très polyvalente avec 9 variantes de gras (le maximum sur le web) chacune avec une version italique. Elle fonctionne bien pour les écrans et pour les textes de petite à moyenne taille.

Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.

COULEURS

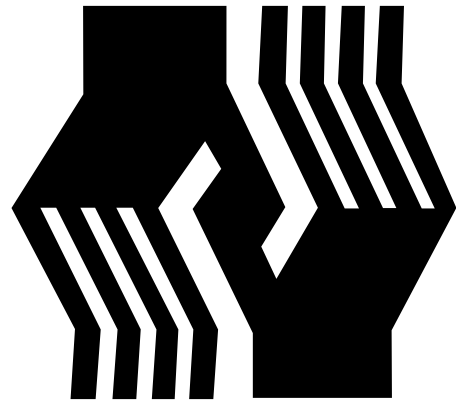
Le logo sera le plus souvent en noir sur fond blanc pour montrer le sérieux du site et son efficacité. Sobre, un logo noir est souvent associé à la confiance mais aussi à l'audace. Par contre, ce logo pourra, occasionnellement, se décliner en couleur lors d'occasions spéciales, d'événements ... Ces couleurs seront vivantes, dynamiques, criardes, éclatantes. Cela renverra un côté décalé et surprenant correspondant à l'univers un peu fou et coloré du Street Art. Également, le logo pourra se décliner avec le rouge et le bleu du drapeau de Paris afin de rappeler le lieu mais aussi le canal par la couleur bleu.



Mise en situation

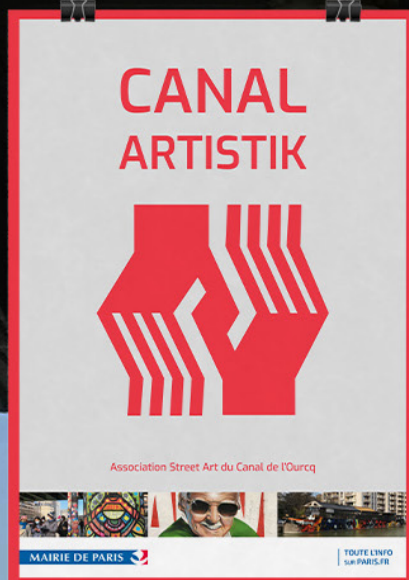
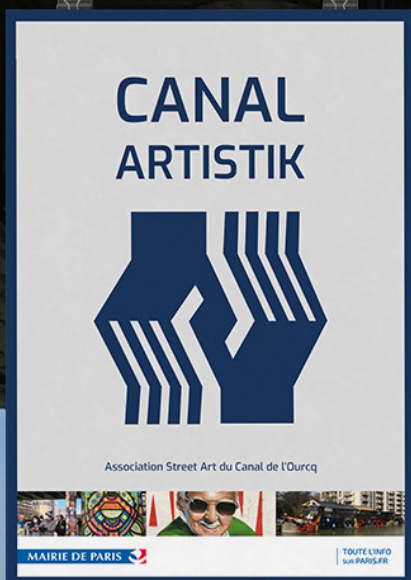
Propositions personnelles

Mise en situation de notre logo via Photoshop. Des propositions et photos singulières et personnelles, l'objectif est de mettre en valeur notre logo, la marque.















Eva Pascoal
ICAN Web 15 mois
Avril 2021