GUIDE DE CRÉATIVITÉ EN AFFICHAGE

QUÉBECOR

LA CRÉATIVITÉ EN AFFICHAGE

LA CRÉATIVITÉ EN AFFICHAGE

- L'essence même de la publicité en affichage repose sur la simplicité.
- Il faut s'en tenir à l'essentiel pour capter l'attention; un beau défi pour les concepteurs.
- Durant le processus de création, il est primordial de tenir compte de la mobilité de l'auditoire.
- 3 principaux facteurs publicitaires influant le plus les automobilistes et les piétons :
  - La créativité;
  - Le degré de proximité;
  - Le poids média — la planification média.

- Plus le visuel est créatif et apprécié par le consommateur, plus il a de l'impact, et une meilleure reconnaissance de la marque (le rappel).
- Le créatif doit être rapidement compris pour générer une réaction émotionnelle avec le consommateur.

L'IMPORTANCE DU CONCEPT CRÉATIF SUR LA NOTORIÉTÉ

Plus le concept créatif de l'affiche est aimé plus la reconnaissance de la marque est élevée.

Source: Kinetic Research

LA CONCISION DU MESSAGE

- Le message doit être compris entre 2 et 5 secondes
- Une affiche doit contenir un maximum de 8 mots
- 2 secondes = 5 à 7 mots
- Un message court et simple
- Le message perd de l'impact à mesure qu'on ajoute des mots

LA CONCISION DU MESSAGE

3 MOTS

2 MOTS

Plus de 8 MOTS

LA LISIBILITÉ

- Une typographie claire et facile à lire
- Plus d'espacement entre les lettres, un style de caractère simple et une taille de caractères ni trop fine ni trop épaisse

✗ ESPACE

✓ ESPACE

✗ style

✗ style

✗ style

✓ style

✗ LISIBILITÉ

✓ LISIBILITÉ

✗ LISIBILITÉ

LA LISIBILITÉ

LA LISIBILITÉ

LA LISIBILITÉ

LA LISIBILITÉ

- Une attention accrue au logo en haut et au slogan en bas de page

Logo	6 %	17 %	24 %
Titre	3 %	12 %	11 %
Rappel	12 %	28 %	28 %

L'EFFICACITÉ DE LA DISPOSITION GRAPHIQUE

- De gauche à droite

PORTRAIT : ABRIBUS

PAYSAGE : AUTOBUS

LA COULEUR

- Un choix de couleurs vives et éclatantes

Source: Clear Channel research

LE CONTRASTE

- Une combinaison de couleurs permettant d'accroître la visibilité

CONTRASTE FORT = BONNE VISIBILITÉ

ABRIBUS	ABRIBUS
ABRIBUS	ABRIBUS
ABRIBUS	ABRIBUS

CONTRASTE FAIBLE = VISIBILITÉ MOINDRE

ABRIBUS	ABRIBUS
ABRIBUS	ABRIBUS
ABRIBUS	ABRIBUS

LE CONTRASTE

- Les couleurs semblables se fondent entre elles et le message devient flou

LE CONTRASTE

LA MISE EN ÉVIDENCE DU LOGO ET DE LA MARQUE

- Le positionnement du logo en haut pour une meilleure association avec la marque

LA MISE EN ÉVIDENCE DU LOGO ET DE LA MARQUE

LA MISE EN ÉVIDENCE DU LOGO ET DE LA MARQUE

LA FORCE DE L'IMAGE : UNE IMAGE VAUT MILLE MOTS

- Une image ou une photo qui attire l'attention

LA FORCE DE L'IMAGE : UNE IMAGE VAUT MILLE MOTS

- Une icone ou une personnalité connue

LA CRÉATIVITÉ SUR L'ABRIBUS NUMÉRIQUE

LA CONTEXTUALISATION SUR L'ABRIBUS NUMÉRIQUE

LA PUBLICITÉ CONTEXTUALISÉE

- Le message et le concept créatif peuvent s'adapter en fonction de plusieurs événements :
  - La température extérieure
  - Le moment de la journée
  - L'emplacement de l'abribus
  - L'heure
  - Le décompte
  - Le flux RSS
  - La mise à jour dynamique et rapide

LA PUBLICITÉ CONTEXTUALISÉE

- Le décompte (divertissement/sport)
  - Idéal pour une programmation horaire

LA PUBLICITÉ CONTEXTUALISÉE

- Le flux RSS (divertissement/spectacle)

LA PUBLICITÉ CONTEXTUALISÉE

- Le flux RSS (finances/taux hypothécaire dynamique)

LA PUBLICITÉ CONTEXTUALISÉE

- Le flux RSS (finances/cotisation REÉR dynamique)

LA PUBLICITÉ CONTEXTUALISÉE

- Le flux RSS (vente au détail/circulaire en temps réel)

LA PUBLICITÉ CONTEXTUALISÉE

- Le décompte (vente au détail/événement ou offre promotionnelle)

LES STRATÉGIES CRÉATIVES SUR L'ABRIBUS STATIQUE

LES STRATÉGIES CRÉATIVES

- La stratégie de proximité vise la population immédiate et des régions environnantes

LES STRATÉGIES CRÉATIVES

- La stratégie de quartier

LES STRATÉGIES CRÉATIVES

- Le concept créatif multiple pour insister sur un message

LES STRATÉGIES CRÉATIVES

- Le concept créatif multiple

LE *STUNT*

- Une approche différente pour capter l'attention

LE *STUNT*

LE *STUNT*

LE *STUNT*

CE MATIN, VOTRE JUS
EST GRACIEUSEMENT
OFFERT PAR
OASIS
OASIS

UN JUS VRAIMENT
PRÈS DU FRUIT.
OASIS
OASIS
OASIS

LE *STUNT*

BMO
Ensemble
vers les séries!

QUÉBECOR
Média
stm
RETOMBEZ
AMOUREUSE
DE VOS
CHAUSSURES.
#ViveLesChaussures
NOUVEAU
Polysporin
SOULAGE LA DOULEUR,
GUÉRIT LES AMPOULES.

MARS
ICI explora

vitamin water

LE PLUS IMPORTANT : AMUSEZ-VOUS!
QUÉBECOR
Média Affichage
Inspiré de l'étude KINETIC, Creative Insights in Out of Home