



05 Oct. nov. déc. 2009

Vive la photo... graphisme

La photo est une matière aussi malléable que la gouache.

contacts : l.collangettes@lonsdale.fr f.messian@lonsdale.fr 01 70 39 59 00 - www.lonsdale.fr

lonsdale ORIGINAL DESIGN

On veut toujours que l'imagination soit la faculté de former des images. Or elle est plutôt la faculté de déformer les images fournies par la perception, elle est surtout la faculté de nous libérer des images premières, de changer les images. Gaston Bachelard

Nous cherchons souvent au travers de nos choix d'images à emmener les consommateurs dans un imaginaire original et atypique pour imprimer la personnalité d'une marque dans une zone unique de leur mémoire. Cet exercice semble a priori aisé tant le champ d'exploration picturale paraît infini. Il suffit d'observer l'histoire de l'art et de ses courants...

Pourtant, chaque démarche créative en packaging semble souvent se limiter au « photoréalisme », comme si la peinture ne s'était arrêtée qu'au figuratif. Alors que celle-ci n'a jamais été aussi prolifique et inventive depuis l'apparition de l'abstraction.

Pourquoi, n'ouvrons-nous pas de nouvelles voies graphiques pour doter une marque d'un caractère visuel puissant ?

La photo est une matière malléable et déformable comme la gouache ou l'acrylique. Dès lors qu'on la considère comme un outil de création graphique, elle déploie sa richesse d'évocation et son pouvoir imaginaire.

Sa fonction ne doit plus être uniquement descriptive. La photo devient graphique. Elle joue avec nos sens, traduit une émotion, en évoque une autre... Elle devient multi sémantique.

Elle permet alors d'inventer d'autres histoires que celles qui nous relient simplement aux attributs tangibles du produit : ça à l'air bon ! C'est pratique ! C'est frais ou c'est naturel... Une histoire poétique, onirique ou humoristique. Une histoire qui touchera le cœur et l'esprit des consommateurs...

Nous cherchons tous les jours des façons originales et puissantes de reconnecter les marques avec leurs publics, de leur trouver un style visuel inimitable. Il est peut-être temps de remettre en cause certains fondamentaux, et de repartir dans des directions encore inexplorées.

