



# GUIDE

## DE L'AFFICHAGE

COMMENT OPTIMISER  
VOS CAMPAGNES

astral

# TABLE DES MATIÈRES

---

GUIDE DE L’AFFICHAGE .....	03
NUMÉRIQUE : CONTENU DYNAMIQUE .....	14
ABRIBUS INTERACTIFS : TOUJOURS PLUS LOIN .....	22



# GUIDE

## DE L’AFFICHAGE

---

L’affichage est un média idéal pour communiquer avec les consommateurs lorsqu’ils se déplacent pour aller au travail, sortir avec leurs amis ou faire leur magasinage. Vous pouvez facilement rejoindre des milliers de personnes par jour et faire passer votre message à un vaste public.

Ce document énumère certaines règles à garder en tête pour optimiser vos campagnes d’affichage, dans une perspective plus générale ainsi que par rapport à certains produits spécifiques. Qu’il s’agisse d’une murale à l’aéroport ou d’un panneau géant au centre-ville, nous sommes là pour vous guider.

**astral**

RÈGLES  
GÉNÉRALES  
À SUIVRE

LIVE FOR NOW

The billboard features a 2x3 grid of images. The top row shows a man drinking from a Pepsi can, a Pepsi can, and a woman. The bottom row shows a woman holding a Pepsi can, the Pepsi logo, and a woman. The background of the billboard is a dark, textured surface.

**3-5 SECONDES**  
POUR FAIRE PASSER VOTRE MESSAGE

EASTERN  
AVE.

50

RÈGLES  
GÉNÉRALES  
À SUIVRE

PRIORISEZ :  
LA RECONNAISSANCE DE LA MARQUE  
L'APPEL À L'ACTION  
LA LISIBILITÉ



RÈGLES  
GÉNÉRALES  
À SUIVRE

FAITES-LES  
RÊVER EN  
COULEUR

12266

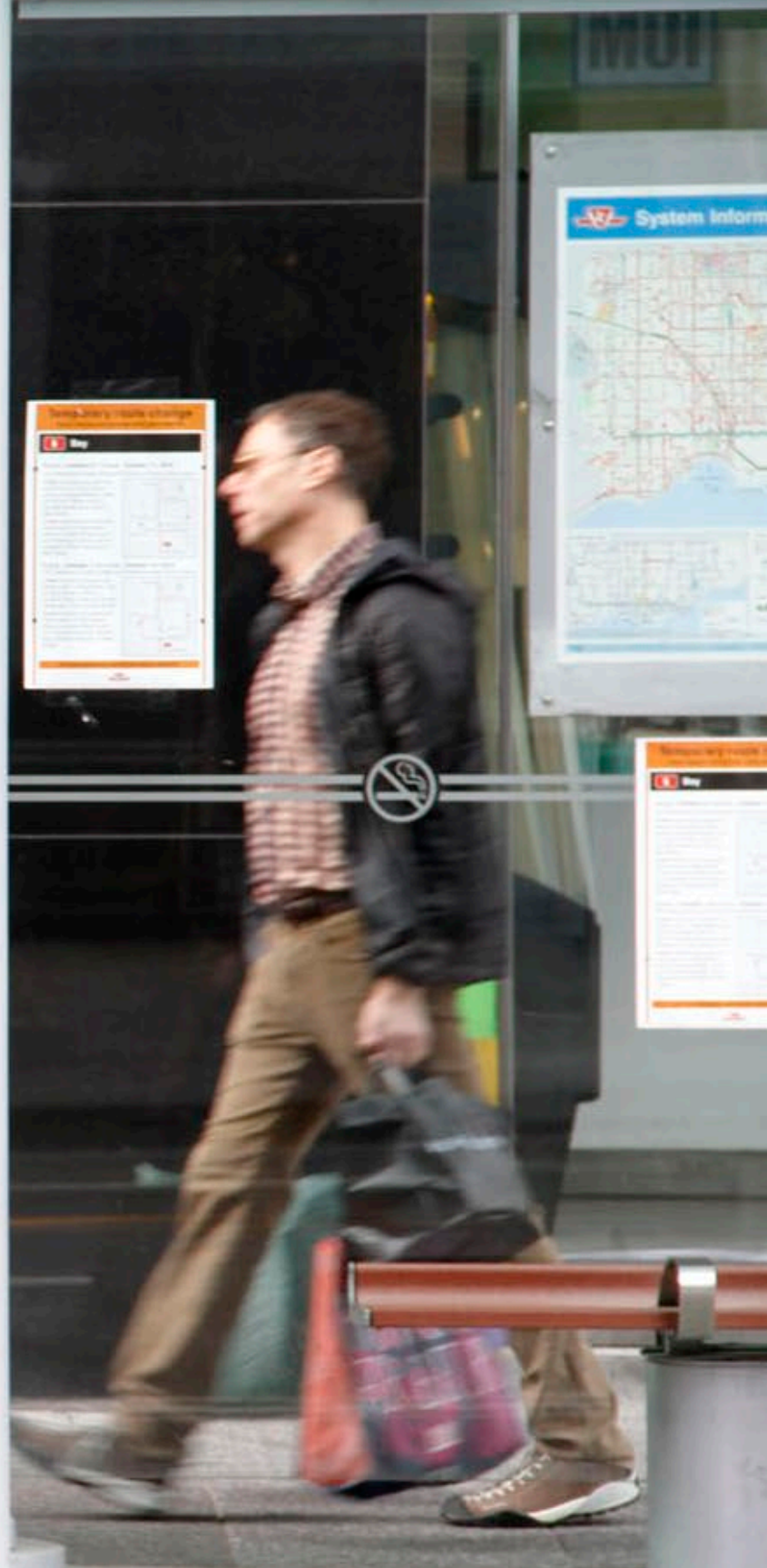
astral

**BIRKS**

THE BIRKS SNOWFLAKE® COLLECTION  
STARTING AT \$995



BIRKS



RÈGLES  
GÉNÉRALES  
À SUIVRE

H A U T C O N T R A S T E

F A I B L E C O N T R A S T E

Choisissez des couleurs qui créent beaucoup de contraste, puisque la recherche démontre que vous pourrez ainsi optimiser la lisibilité.

Au contraire, le « ton sur ton » et les couleurs mal agencées nuisent à la lisibilité.

**RÈGLES  
GÉNÉRALES  
À SUIVRE**



**À VALEUR  
ÉGALE, LE  
ROUGE ET  
LE VERT NE  
FONT PAS BON  
MÉNAGE.**



**À VALEUR  
ÉGALE, LE BLEU  
ET L'ORANGE  
NE FONT PAS  
BON MÉNAGE.**

RÈGLES  
GÉNÉRALES  
À SUIVRE

The billboard is a large, rectangular structure mounted on a tall, dark metal pole. The main display area is a large screen showing a woman with her back to the camera, sitting in a hot tub. The hot tub is filled with water and has a stone-like surround. The background of the image is a field of yellow flowers. To the right of the image, the text 'strøm' is written in a large, lowercase, sans-serif font, with 'SPA NORDIQUE' in a smaller font below it. On the left side of the billboard, the 'astral' logo is visible, consisting of a colorful circular icon and the word 'astral' in lowercase. At the bottom right of the billboard, there is a digital display showing the number '16.5' in orange. The billboard is set against a clear blue sky.

CHAQUE MOT  
COMPTE



# QU'EST-CE QUI DIFFÉRENCIE L'AFFICHAGE?

(INDICE : PENSEZ À LA LISIBILITÉ)

Pour bien passer votre message, vous devez exiger le minimum d'effort de la part de votre public cible. Vos choix typographiques devraient privilégier la simplicité, la clarté et la lisibilité pour éviter de perdre vos lecteurs avant même qu'ils ne puissent déchiffrer votre message.

Simplicité

**Allô**

*Allô*

Épaisseur

**Allô**

Allô

Empattements

**Allô**

Allô

RÈGLES  
GÉNÉRALES  
À SUIVRE

# PAS PLUS DE 7 MOTS POUR LES TITRES

Plus votre message est simple, plus vous avez de chances qu'il soit reçu. Si vous suscitez l'intérêt de vos lecteurs, ils iront sur votre site Web – donc, pas besoin d'y aller en détail sur votre affiche. C'est normal de vouloir maximiser votre investissement publicitaire, mais en affichage, la concision vaut son pesant d'or.



RÈGLES  
GÉNÉRALES  
À SUIVRE

Apple WATCH

ment. Selon la disponibilité.

# RESTEZ SIMPLE

Si vous suivez la règle des 7 mots, vous devrez y arriver. Le secret, c'est de s'en tenir à **un seul message** et de l'énoncer clairement pour qu'on puisse le comprendre d'un seul regard.



RÈGLES  
GÉNÉRALES  
À SUIVRE

# MARGE DE SÉCURITÉ

Attention aux bordures et à l'alignement. Essayez de ne pas placer d'éléments importants près des extrémités du cadre au cas où celles-ci ne soient coupées lors de l'installation. Il est toujours avisé d'éviter les graphiques qui délimitent le contour de l'image (par exemple, une ligne qui trace le contour de l'image en suivant le cadre physique de la structure). Le résultat risque de paraître mal aligné dans le cadre.



# CONTENU DYNAMIQUE



**AVANTAGE  
NUMÉRIQUE**



# CONSEILS POUR LE NUMÉRIQUE

L'affichage numérique comporte plusieurs avantages : éclat, dynamisme, souplesse et impact. Nos produits numériques sont disponibles en grand format, au niveau de la rue, dans les métros et dans les aéroports.

Les règles générales énoncées aux pages précédentes continuent de s'appliquer à l'univers numérique, mais d'autres considérations s'y ajoutent. Qu'il s'agisse d'un panneau grand format au square Dundas ou d'une murale vidéo dans le métro de Montréal, il est important de garder en tête les règles suivantes.

**astral**

AVANTAGE  
NUMÉRIQUE

# SOYEZ PERCUTANT

Si possible, optez pour des couleurs vives qui se démarquent. Des couleurs contrastantes aideront les passants à bien distinguer les différents éléments sur un écran DEL.

Direct Energy  
CENTRE

EXHIBITION PLACE

OIKOS  
SUPERGRAINS

New

astral

06:00

**AVANTAGE  
NUMÉRIQUE**

**LES SPECTACLES MONTRÉAL**

QUARTIER  
DES SPECTACLES  
MONTRÉAL  
DES MILLIERS  
DE PROUESSES  
ARTISTIQUES  
À TRAVERS  
LE QUARTIER.

**LE PLUS  
DE FRISSONS  
DANS 1 KM<sup>2</sup>**

# FAITES UN COUP D'ÉCLAT

Comme dans toute autre campagne, l'affichage numérique doit être percutant. Si le texte est trop mince, il risque de se perdre, (surtout sur fond blanc). Les couleurs plus pâles peuvent parfois paraître délavées, alors faites attention au contraste. Évitez aussi les polices de caractères trop décoratives ou chargées.

**astral**

AVANTAGE  
NUMÉRIQUE

RAIN IS  
JUST A FREE  
CARWASH.

Add delight.



## DES FONDS SIMPLES

Les images trop détaillées sont à éviter pour l'affichage en général, et c'est d'autant plus vrai pour les exécutions numériques. Autant que possible, utilisez une seule image ou un seul objet, sur fond neutre.

**astral**

AVANTAGE  
NUMÉRIQUE

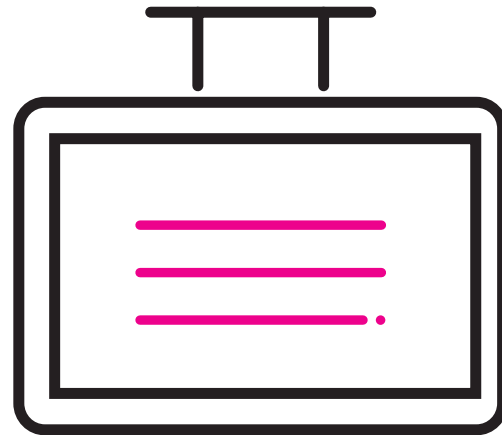
# MOTS + MOUVEMENT

La vidéo vous permet d'en dire beaucoup plus.

Toutefois, gardez en tête que chaque mot est important.

The image shows a digital display board in a subway station. The board is white with green and blue accents. At the top left, it displays the time '15:00' and the date 'MAR 09 MAI'. To the right of the time is a blue 'M' logo. Further right, there is a 'QUALITÉ' logo with a cloud and sun icon. At the top right, it says 'MONTMORENCY PROCHAIN DÉPART' and 'départ suivant 08 min'. On the far right, a large '03 min' is displayed. The main content of the board is a large green graphic on the left consisting of three downward-pointing chevrons and a circular icon with three upward-pointing chevrons. To the right of this graphic, the text '100% PLUS ACTIF EN TRANSPORT COLLECTIF' is written in large, bold, green letters.

AVANTAGE  
NUMÉRIQUE



- 1 PHRASE PAR ÉCRAN
- 3 LIGNES PAR PHRASE
- 5 SECONDES PAR ÉCRAN (MINIMUM)



- TITRES - 72 PIXELS +
- TEXTE COURANT - 36 PIXELS +

# MOTS + MOUVEMENT

Si votre texte se suit d'une phrase à l'autre, essayez de vous en tenir à une phrase par écran et pas plus de 3 lignes par phrase.

La visibilité dépend du produit, mais votre texte doit toujours avoir une taille d'au moins 36 pixels.

Pour les titres, optez idéalement pour une taille d'au moins 72 pixels.

**astral**

AVANTAGE  
NUMÉRIQUE



# RACONTEZ VOTRE HISTOIRE

Avant de commencer, créez un scénario qui illustre votre idée, afin de visualiser la façon dont votre message sera transmis.

**VOTRE SCÉNARIO DEVRAIT COMPORTER 4 À 10 IMAGES.**

3344

JOEFRESH.COM

# TOUJOURS PLUS LOIN



SPRING COLLECTION

KIDS

BEHIND THE SCENES

JOEFRESH



**ABRIBUS  
INTERACTIFS**

# OSEZ L'INTERACTION

- 1.** Il est important d'afficher un appel à l'action très clair (ex. : « Cliquez ici pour jouer ») sur l'écran tactile ou sur la surface qui l'entoure, pour que les passants puissent comprendre sur-le-champ qu'ils peuvent interagir avec la publicité.
- 2.** Essayez d'intégrer l'écran tactile dans votre exécution publicitaire de façon créative.
- 3.** Appuyez votre concept à l'aide d'une campagne sur les réseaux sociaux.
- 4.** Votre campagne devrait être conviviale, avec une interaction rapide et amusante.

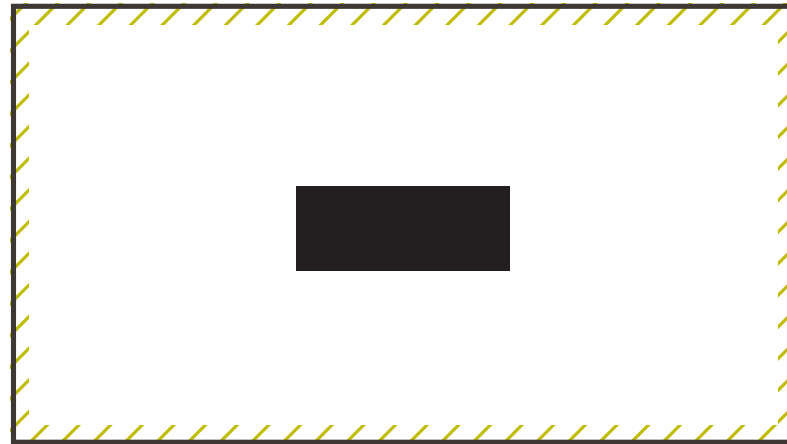
**astral**



# ABRIBUS INTERACTIFS À FAIRE



Affichez un appel à l'action sur l'écran statique principal.



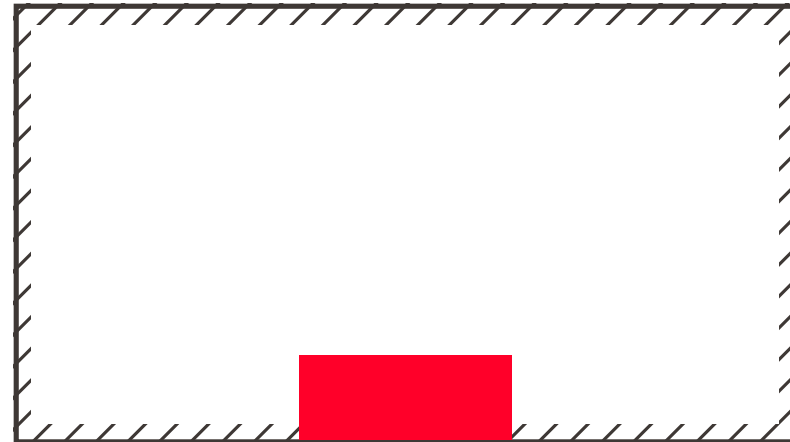
Placez les interactions principales près du centre de l'écran.



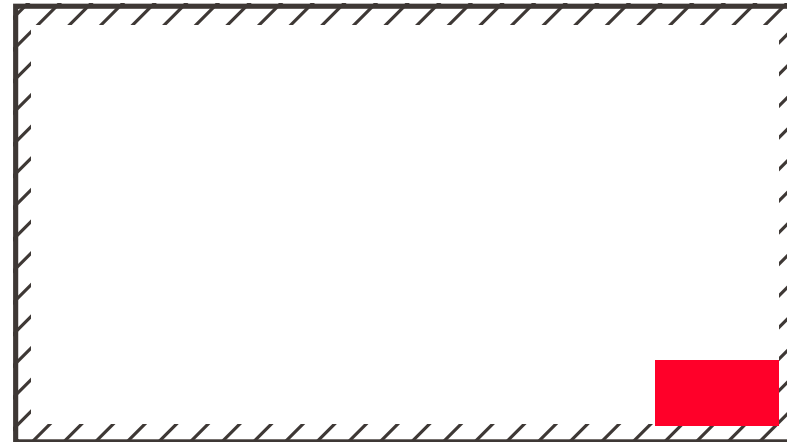
Placez le bouton « Précédent » dans le coin supérieur gauche.



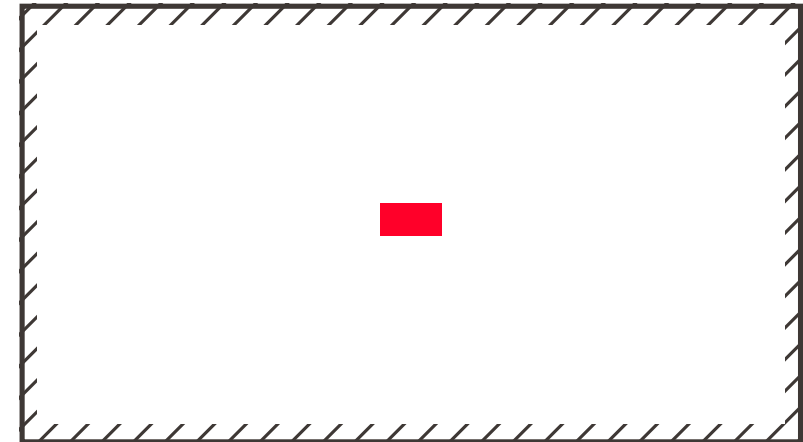
# ABRIBUS INTERACTIFS À NE PAS FAIRE



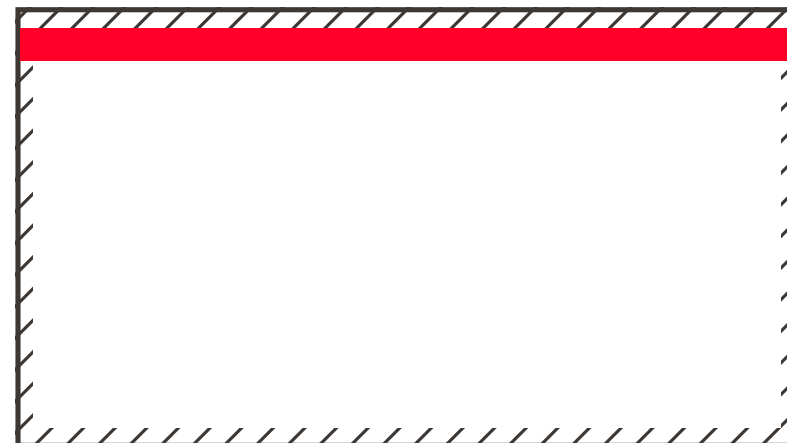
Évitez de placer les éléments interactifs trop près des extrémités de l'écran. Gardez au moins 60 pixels de distance.



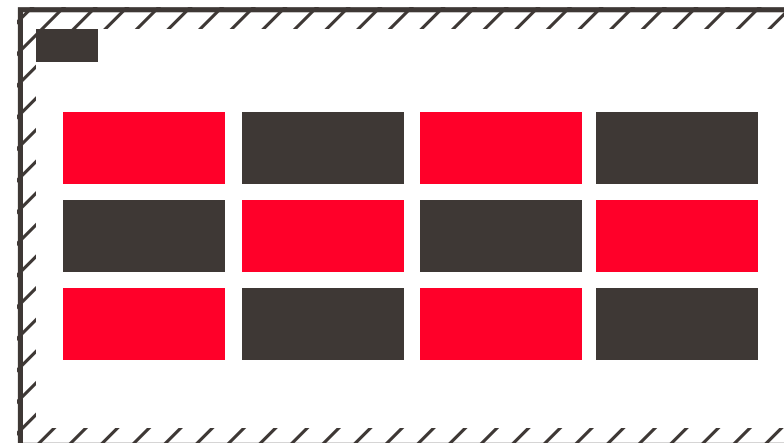
Ne déplacez pas le bouton « Précédent ».



Ne réduisez jamais les éléments interactifs en-deçà de la taille minimum.



Évitez de transformer le bouton « Précédent » en bande de couleur surdimensionnée.



Évitez de surcharger l'écran

**ABRIBUS  
INTERACTIFS**

# INTERACTIONS



## **BOUTONS DE NAVIGATION**

*ex. : « Précédent » et « Accueil »*

Taille minimum : **140 x 50 px**

Taille recommandée : **160 x 60 px**

## **PRINCIPAUX BOUTONS D'INTERACTION**

*ex. : « Lire la vidéo », « Participer au concours »*

Taille minimum : **400px x 150px**

Taille recommandée : **600px x 220px**

*Maximum 3 principaux boutons d'interaction par écran*

## **BOUTONS D'INTERACTION SECONDAIRES**

Taille minimum : **300 x 80px**

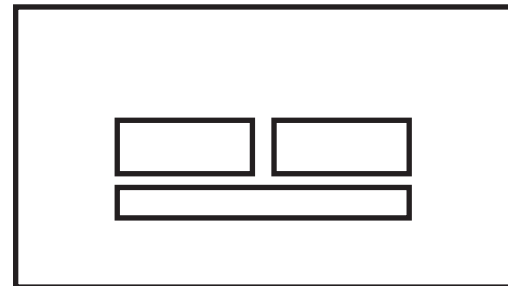


# INTERFACE UTILISATEUR

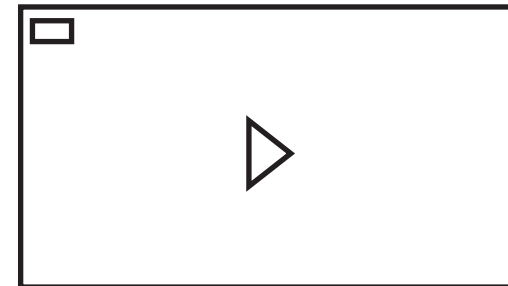
PAGE D'ACCUEIL STATIQUE



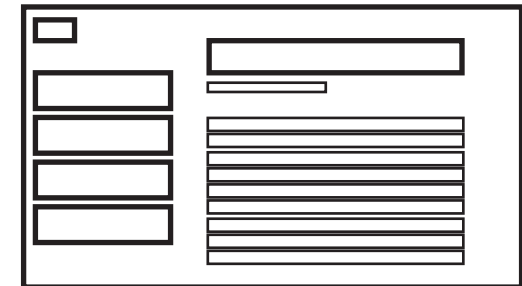
MENU PRINCIPAL



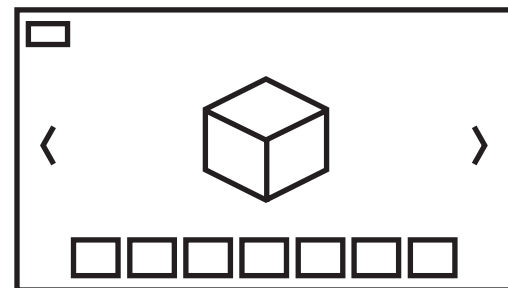
LECTEUR VIDÉO



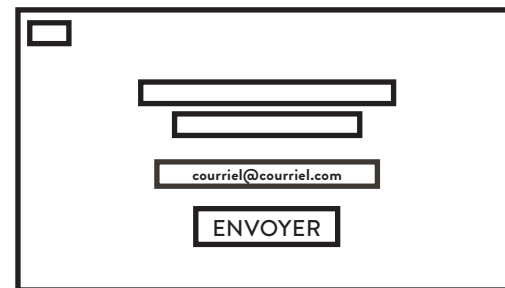
INTERFACE PRINCIPALE



INTERFACE SPÉCIALE



DEMANDE DE COURRIEL



PAGE DE REMERCIEMENT

