

Photo : LLIM



Bernard Christian Rekoula, concepteur en communication visuelle.

LLIM

Libreville/Gabon

Le concepteur en communication visuelle (CCV) travaille grâce à des idées faisant appel à la création. Il arrive à communiquer pour un produit, une entreprise... à travers différents supports, tout en répondant aux exigences d'un client (affiche, site web, applications Smartphone, logo, packaging, spots publicitaires...) en répondant au cahier de charges que lui soumet son client.

TOUT comme son pendant, le concepteur rédacteur, le concepteur en communication visuelle rend visible son travail sur différents supports, vecteurs de messages. Autrement dit, sa communication se matérialise via des spots, des affiches, des panneaux publicitaires, des brochures, des sites internet, des logos, et du packaging (emballage)... Concevoir la communication visuelle, c'est mettre du sens en images, principalement par la maîtrise de la typographie et de la mise en page, que ce soit pour une affiche publicitaire ou non, la maquette d'un magazine, une cou-

verture de livre, un logo-type ou le design d'un site internet. Celui-ci conçoit, met en forme, donne du style et réalise un document ou un produit multimédia défini selon les besoins et la stratégie de communication qu'il aura élaborée pour le commanditaire. Le concepteur en communication visuelle a pour mission de réaliser le brief client, prendre les informations, analyser les besoins et définir le cahier des charges, passer de l'idée au concept de création (esquissés, études des tendances, proposition du projet au client et réajustement si nécessaire) et l'ultime étape : réaliser le projet. *« La journée de travail d'un concepteur en communication visuelle peut commencer par un debriefing avec son client en amont. Puis un compte-rendu à l'équipe qu'il dirige (marqueteur, infographiste, réalisateur, caméraman...) afin de répondre au mieux aux attentes de son client. Une fois le plan de communication créé, il le soumet au client. Après l'approbation de ce dernier, intervient alors la phase de la production proprement dite. En réalisant de manière*

Photo : LLIM



M. Rekoula, en pleine réflexion avec un collaborateur.

physique les produits tout en veillant à leur confort», relate Bernard Christian Rekoula, concepteur en communication visuelle, installé à son compte. *« Pour être un Concepteur en communication visuelle, CCV dans le jargon du secteur, il faut déjà aimer ce métier, avoir un esprit de créativité à nulle autre pareille, connaître son client, observer son environnement et les gens qui le composent. Mais aussi, avoir une bonne connaissance des TIC car, elles sont maintenant incontournables dans ce domaine»,* explique encore Bernard Christian Rekoula.

RÈGLES DE BASE* Autres éléments nécessaires à l'exercice de ce métier : un parcours scolaire et universitaire bien défini. Il permet en effet d'avoir accès plus aisément au métier. *« On devient CCV en faisant des études en Design graphique de 2 à 4 ans après le Baccalauréat ou après des formations complémentaires pour ceux qui ont déjà une forte expérience dans le domaine de la communication en général»,* poursuit le professionnel de la communication par l'image.

Il ajoute que des règles de base sont à respecter en communication visuelle. Il en existe plusieurs. On a ainsi la mise en page, qui se fait selon les règles de l'art, en utilisant la règle des tiers (règle d'or du cadrage photographique. Ce dernier permet d'équilibrer une image en la divisant en 3 parties égales). Ensuite, le chemin visuel, qui consiste à étudier comment l'œil se comporte en regardant une image. *« Cela permet de positionner des images, des éléments forts à des endroits stratégiques»,* renseigne M. Rekoula. Sans omettre la personnalité des caractères typographiques (italique, capitale, interlignage...). Le choix du bon alignement (en drapeau à gauche, justifier...). Le symbolisme des couleurs (chaque couleur possède une signification cachée et exerce ses influences à un niveau conscient (jaune, rouge, orange...)). L'importance des zones de repos... sont autant de paramètres à prendre en compte pour exercer ce métier. Tout un lexique technique auquel notre professionnel affirme avoir recours pour rendre son travail irréprochable auprès de ses

Photo : LLIM



Une équipe technique en plein tournage d'émission.

clients.

MOMENTS DE JOIE*

Ainsi, après avoir rassemblé tous ces éléments, les uns après les autres, il est désormais possible de découvrir à l'écran ou sur papier, des images qui, mises les unes à côté des autres, traduisent une réalité propre à une monographie. M. Rekoula affirme que c'est un métier d'avenir, car dans notre pays, beaucoup reste à faire dans le secteur de la communication. *« Peu d'entreprises ou de PME ici comprennent l'importance de la communication et les retombées aussi bien dans leur évolution que dans leur chiffre d'affaires. C'est un métier qui est en adéquation avec les TIC qui, elles-mêmes, attirent de plus en plus de jeunes.*

Beaucoup ont une très bonne connaissance de ces outils sans être forcément passés par une école», affirme-t-il. Outre les étapes toujours éprouvantes du métier, il y a des moments de joie où l'on peut soi-même admirer le produit des longues nuits et journées de travail. *« Quand arrive l'étape de la validation du produit sous forme d'affiche publicitaire placée en bordure de route ou sur des édifices, ou encore sous forme de spot publicitaire pour la télévision, écran géant public, SMS diffusé par milliers via un opérateur téléphonique, brochure à distribuer... nous nous satisfaisons à admirer le résultat des longues séances de travail et des nuits blanches passées à le réaliser»,* se réjouit M. Rekoula.

Anniversaire

