



SOMMAIRE

| | |
|---|------------|
| CHAPITRE 1 L'IMAGE, VECTEUR DE COMMUNICATION | 9 |
| LE PICTOGRAMME | 13 |
| LE LOGO | 15 |
| EXERCICES | 26 |
| CHAPITRE 2 L'ESPACE ET LE VOLUME | 31 |
| MESSAGES ET CODES, L'ESPACE AMÉNAGÉ POUR SA SIGNIFICATION | 31 |
| LE POUVOIR ÉVOQUEUR DES FORMES, LES VOLUMES | 32 |
| LES REPRÉSENTATIONS CONVENTIONNELLES DE L'ESPACE, LES PLANS ET LA PERSPECTIVE | 33 |
| LE DESIGN D'OBJET ET LE PACKAGING | 36 |
| EXERCICES | 50 |
| LES GRANDES ÉPOQUES DU DESIGN | 51 |
| LA PLV | 58 |
| EXERCICES | 61 |
| CHAPITRE 3 L'AMENAGEMENT DE L'ESPACE, CHOIX ET ORGANISATION | 65 |
| ERGONOMIE ET AMÉNAGEMENT | 65 |
| LES TEXTURES ET LES MATIÈRES | 71 |
| EXERCICES | 78 |
| LES COULEURS, LES TEXTURES ET L'ESPACE | 79 |
| LA LUMIÈRE | 89 |
| UN DESIGN ÉPHÉMÈRE, LE STAND | 101 |
| LES VITRINES, L'INSTITUT | 104 |
| LA VITRINE | 111 |
| EXERCICES | 116 |
| BIBLIOGRAPHIE | 132 |