

SeeSea

# Dossier de Démarche créative

Concept, processus de création et justification visuelles



# Sommaire

## I. Les Recherches

- A. Résumé de la demande
- B. La ville de Bern
- C. Le thème de l'illusion
- D. Le nom du bar

## II. Les Premiers Jets

- A. Premier Logo
- B. Second Logo
- C. Troisième Logo
- D. Quatrième Logo
- E. Cinquième Logo
- F. Sixième Logo

## III. Le Bar

- A. Le concept du bar
- B. Ce que propose le SeeSea

## IV. Le Logo

- A. Les formes et leurs références
- B. La typographie
- C. Les couleurs
- D. Analyse sémiotique du logo

## V. L'Univers du Bar

- A. Le site web
- B. Le menu
- C. Les flyers
- D. Les dessous de vers
- E. Post R&S

# I. Les Recherches

## A. Résumé de la demande

Création et mise en place d'une campagne de communication visuelle pour la création d'un "bar à thème".

Il m'a été attribué la ville de Berne, en Suisse, et le thème de l'illusion.

Ma tâche consistait à créer le concept, l'identité visuelle et la campagne de communication pour un bar.

Ce livrable permet de retracer le processus créatif jusqu'à l'aboutissement du projet.

Dans un premier temps, j'ai dû faire mes recherches sur les bases dont je disposais.

## B. La ville de Bern

N'étant jamais allé en Suisse, je ne connaissais ce pays que par le biais de clichés.

J'ai donc commencé par mettre à plat tous les clichés personnels qui me venaient à l'esprit lorsque je pensais au pays dont la capitale m'était attribuée.



Vert  
Riche  
Traditionnel  
Touche de modernité  
Médiéval

Ensuite, j'ai utilisé l'outil Google Street View afin de visiter virtuellement la ville de Berne et de prendre en compte l'architecture ainsi que les bâtiments importants de la ville.



Zytglogge horloge  
Zentrum Paul Klee  
Médiéval  
l'Aar

Après cette petite balade numérique, je me pose une question très importante : quelle est la langue dominante à Berne ?

Nous savons tous qu'en Suisse, trois langues sont omniprésentes :

- le français,
- l'anglais,
- l'allemand.

Berne est une ville qui ne parle pas le français, mais l'anglais et l'allemand. C'est un point important pour créer l'identité du bar : il faut que le public cible puisse le comprendre.

L'anglais étant une langue internationale, il me semblait justifié d'avoir une marque qui puisse attirer à la fois son public local et un public plus large.

## C. Le thème de l'illusion

Pour le thème, j'ai appliqué la même méthodologie que pour la ville : mettre à plat tous les clichés, trouver des visuels et des références culturelles.



Magie  
Trompe l'œil  
Kaleidoscope  
Illusion d'optique

Définition de l'illusion :

Interprétation fausse de ce que l'on perçoit. Être victime d'une illusion.

locution Illusion d'optique, provenant des lois de l'optique ; au figuré erreur de point de vue. Apparence dépourvue de réalité.

## C. Le nom du bar

Pour trouver le nom du bar, j'ai listé des mots qui me venaient en tête en rapport avec l'illusion en français :

- Magie
- Trompe l'œil
- Mirage
- Miroirs
- optique
- disparition
- fumée
- cartes
- paradoxe



Parmi cette liste de mots, "Mirage" me paraissait très intéressant. En effet, lorsqu'on aperçoit un mirage, c'est que la soif se fait ressentir, un effet intéressant pour un bar. De plus, le mot "mirage" est une illusion et, après vérification en anglais et en allemand, il se dit de la même façon.

Pour mes premiers jets, c'est le nom que j'avais choisi, bien qu'il changera plus tard lorsque le concept sera pleinement défini.

## II. Les Premiers Jets

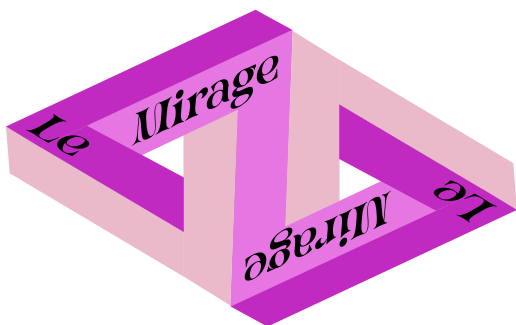
### A. Premier Logo



Pour ce premier logo, j'ai choisi d'utiliser le mot "Mirage" avec un effet de verre. Cela fait référence aux miroirs, qui font partie du thème de l'illusion, comme les miroirs déformants. J'ai opté pour une typographie très classique. J'ai également ajouté des ornements pour faire ressortir le côté chic de la Suisse.



### B. Deuxième Logo



Ce logo est une référence directe au triangle de Penrose, qui joue sur une illusion d'optique où l'on ne trouve ni début ni fin. J'ai fait le choix de dupliquer la forme pour lui donner une continuité encore plus illusoire.



### C. Troisième Logo



Ce troisième logo est plus simple dans sa construction, car il s'agit d'un simple reflet du nom.

Lorsque l'on regarde la partie basse, on a une impression de mouvement. C'est un logo qui attire l'œil et qui permettrait de mettre à l'épreuve les gens qui passent devant.

Malheureusement, la construction de ce logo lui retire une certaine lisibilité, ce qui est une chose très importante.

### D. Quatrième Logo

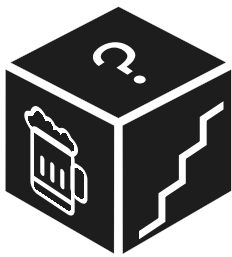


J'ai choisi d'essayer d'utiliser le mot "paradoxe" comme nom de bar. L'objectif était de créer un réel paradoxe entre les différentes typographies utilisées.

Certaines proviennent d'un studio de création de typographies basé à Berne. "Typedifferent - Büro Destruct"

## E. Cinquième Logo

À partir de ce moment-là, le nom du bar officiel avait été choisi : le "See Sea". J'expliquerai pourquoi ce nom dans la partie qui explicite le concept que j'ai choisi d'appliquer au bar.



# SeeSea

— Illusion's Bar —

Dans sa construction, on remarque qu'il y a un cube à gauche et le nom à droite.

Le cube est en réalité une boîte, c'est une référence à la boîte de Pandore qui renferme des secrets et des mystères, aspect renforcé par le point d'interrogation.

Sur une autre face, on y voit la représentation d'une chope de bière, signalant le côté bar.

Et sur la dernière face du cube, on retrouve la représentation d'escaliers, qui sont une partie très importante de l'identité du bar.



## F. Sixième Logo

Dans ce logo, on retrouve un jeu entre la forme et le nom.

La forme du dessus est une représentation d'une vague, référence directe au mot "Sea".

La forme inférieure est une représentation d'un œil, ce qui est une référence directe au mot "See".

Lorsque l'on combine les deux formes, on remarque que la vague est également un sourcil, ce qui renforce l'aspect "See" du logo.



# III. Le Bar

## A. Le concept du SeeSea

Le concept du See Sea est une première illusion.

Il est situé géographiquement aux bords de l'Aar, dans la partie intérieure de Berne.

Lorsque l'on voit le bar de l'extérieur, tout paraît normal : lumière allumée, tables visibles de l'extérieur par la fenêtre. Cependant, lorsque l'on ouvre la porte, on ne retrouve rien du décor vu auparavant. En effet, nous avons face à nous des escaliers qui ne nous invitent qu'à descendre sous l'infrastructure.

Une fois en bas, on se rend compte que nous sommes également sous l'Aar. Le nom **SeeSea** vient notamment de là, puisque l'on voit l'eau. (Sea = mer, mais c'est une référence à l'eau.)

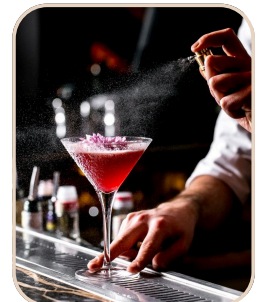


## B. Ce que propose le SeeSea

L'expérience du SeeSea sera différente que l'on vienne seul ou accompagné.

L'objectif principal est de tromper nos clients avec les boissons et les plats que nous servirons, notamment avec des trompe-l'œil. Le tout, saupoudré d'activités dans le bar, marquera nos clients. Par exemple, lorsque l'on nous apporte le menu, il est propre à chacun. En fonction de la lumière sous laquelle nous nous trouvons, le texte se révélera ou non.

Il est important que, même seul, l'expérience que le SeeSea propose reste dans l'esprit de nos clients. C'est pourquoi, dans les différentes salles du bar, il y a des activités à faire, comme une chaise fantôme où il sera difficile de s'asseoir, car plus on l'approche, plus la perspective devient changeante.



Nous savons que les toilettes sont toujours une activité dans les établissements à thème, c'est pourquoi certains murs sont remplis d'énigmes optiques, ce qui vous occupera.

Bien évidemment, chaque activité proposée initialement pour les personnes seules peut être faite à plusieurs. Quant aux activités à plusieurs, elles mettront à l'épreuve vos compétences de collaboration ainsi que la confiance de votre équipe.

Dans le SeeSea, tout est fait pour dérouter vos premiers sens afin que vous ne sachiez plus ce qui est réel et ce qui est une illusion.

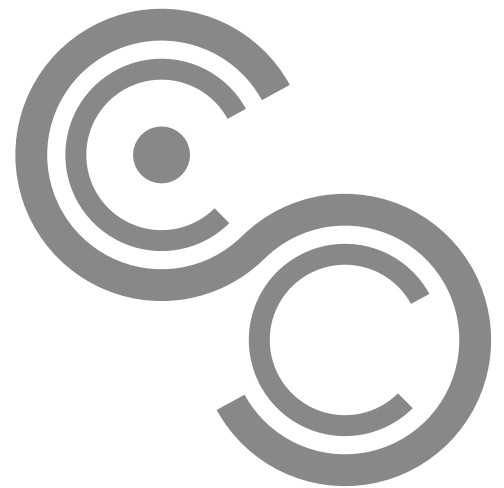
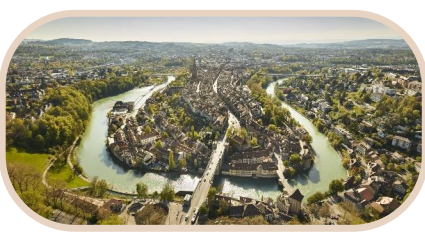
## IV. Le Logo

### A. Les formes et leurs références.



J'ai choisi d'utiliser des formes arrondies pour montrer le côté élégant du logo.

Une fois mises bout à bout, ces formes se prolongent en une forme serpentée qui fait référence à la façon dont l'Aar borde la ville de Berne, mais aussi à l'infrastructure du Zentrum Paul Klee situé à Berne.



Le logo exploite la lettre [S] en tant qu'élément central et évoque :

- Un mouvement fluide, rappelant les vagues et la déformation optique.
- Un effet de miroir, renforçant l'idée de perception altérée.
- Une simplicité élégante, en accord avec les valeurs du lieu (Chic, Élegant, Mystérieux).

Les formes suivent la loi de la continuité de Gestalt : le regard suit naturellement les courbes du logo, renforçant la fluidité.

Mais également la Sémiotique de Peirce : le logo fonctionne comme une icône (ressemblance aux vagues) et un symbole (représentation abstraite du concept).

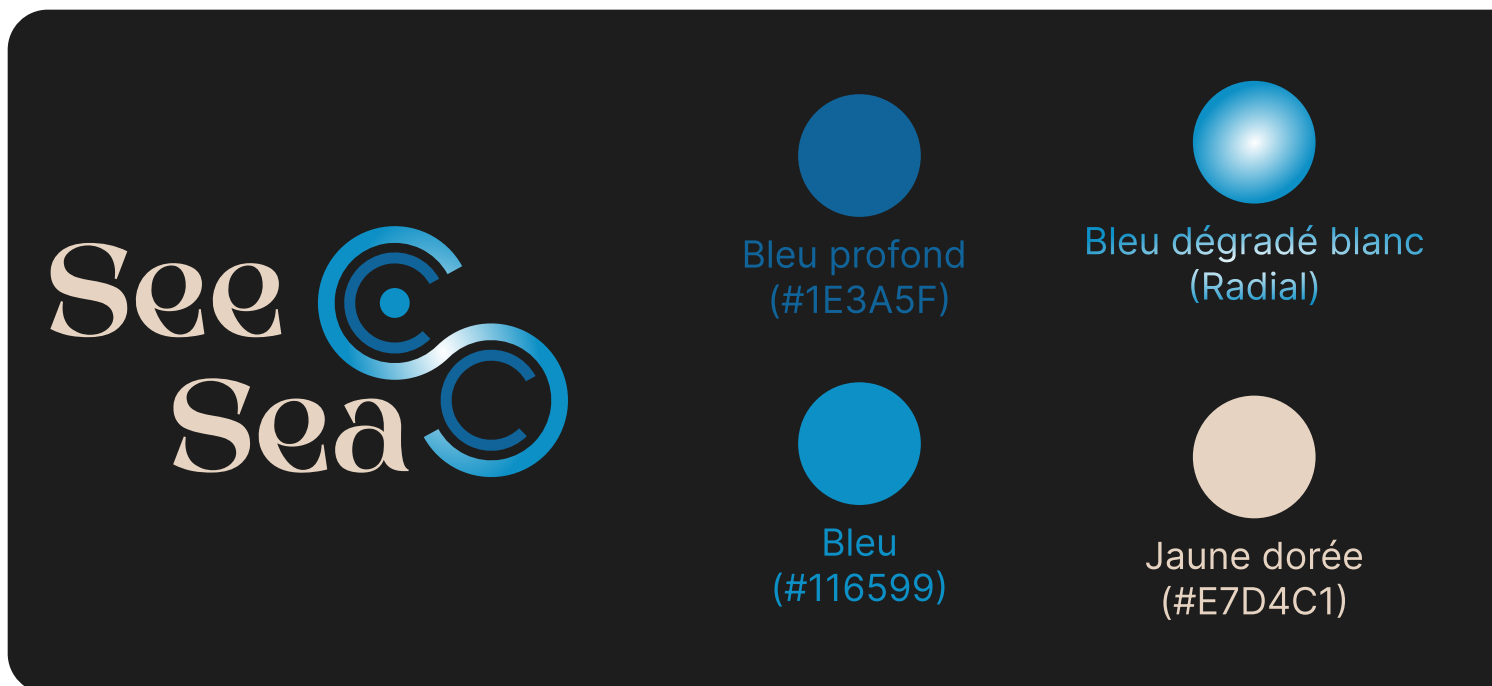
## B. La typographie

# Italigia

Une police élégante et fluide avec des lettres liées entre elles, on ne sait pas où elles commencent ni où elles terminent.

La typographie crée une harmonie entre la perception et la stabilité visuelle.

## C. Les Couleurs



Le dégradé permet d'ajouter une touche de légèreté au logo, tandis que la couleur blanche fait référence à l'écume.

Le bleu profond apporte un côté sérieux et mystérieux.

Le jaune doré ajoute un aspect sophistiqué à la typographie.



## D. Analyse Sémiotique du logo

Type de Signe	Signifiant	Signifié
Indice (causalité)	L'effet d'ondulation dans le design des lettres	Évoque un reflet sur l'eau, une illusion de profondeur et de mouvement.
Symbole (convention culturelle)	Le jeu de mots SeeSea	Fait référence à la double perception : voir (See) et la mer (Sea), jouant sur la phonétique et la signification. (Cici l'impératrice à une statue à Genève.)

Le logo du SeeSea fonctionne comme une illusion visuelle et linguistique, jouant sur :

Un symbole phonétique et culturel (SeeSea = Voir / Mer).

Un indice de mouvement (effet d'ondulation des lettres).

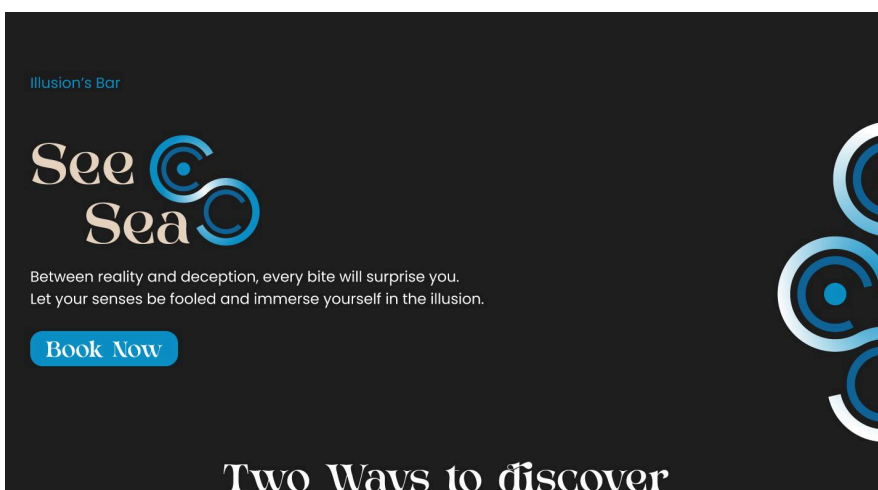
Une icône du concept d'eau et d'illusion (formes fluides).

Une palette chromatique sophistiquée pour accentuer l'effet immersif et mystique du lieu.

## V. L'Univers du Bar

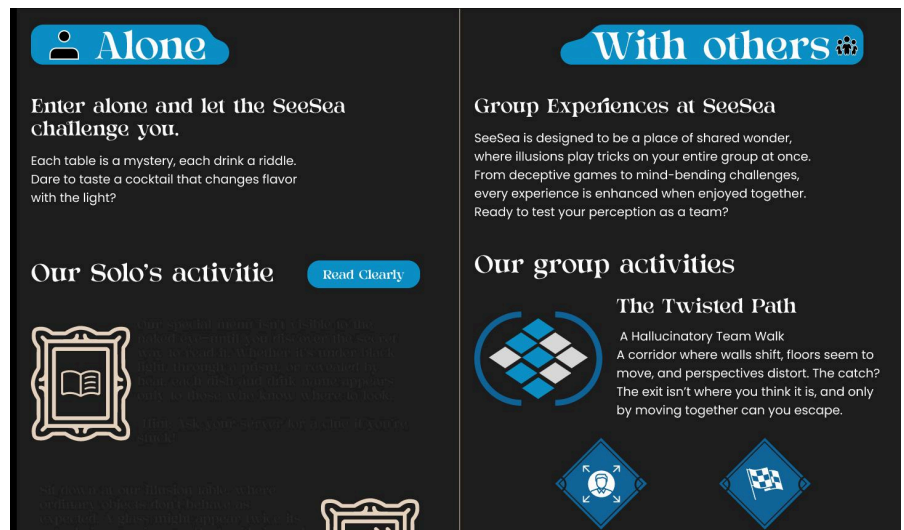
### A. Le Site Web

Pour réaliser le site web, j'ai réutilisé les couleurs du logo en ajoutant un fond noir (#1E1E1E) afin de donner un aspect chic et élégant.



J'ai également réutilisé et fait des variations de la forme principale du logo.

Les deux façons de découvrir sont schématisées par un site découpé en deux, avec deux scrolls différents.



Dans la partie “Alone”, le texte est illisible au premier abord, mais lorsque l’on passe la souris dessus, les lettres s’illuminent. Bien évidemment, le processus peut être exhaustif, c’est pourquoi il a été important d’ajouter une option permettant une lecture claire et immédiate.

Dans la partie “With Others”, l’ambiance utilisée est plus collective, que ce soit dans la disposition des éléments ou bien dans la présence plus marquée du bleu.

Lorsqu’on scroll le site, différentes étapes sont proposées, et chacune d’elles inclut des animations qui nécessitent une action du public. Cela permet d’engager le visiteur dans sa découverte des informations du site.

## B. Le menu

Le menu est sobre et classique, mais pas moins raffiné. Il propose de voir les ingrédients qui composent les plats et cocktails.



Le menu reprend également la forme du logo sur sa page de couverture et utilise les couleurs du site web pour son contenu. Il ne cherche pas à impressionner par une lecture déroutante au premier abord, mais lorsqu’on sait qu’il existe différentes versions lisibles sous certaines lumières, il surprend !

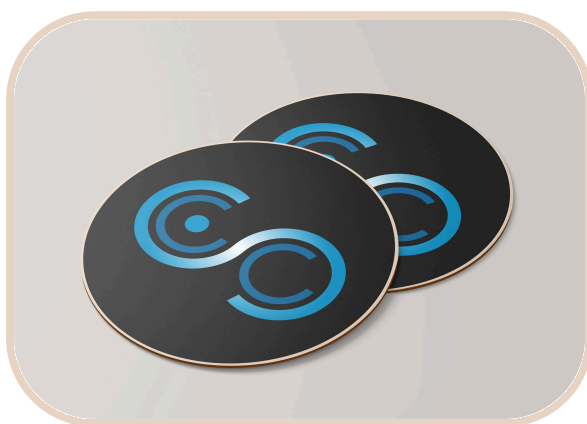
## C. Le Flyers

Le flyer permet d'avertir le public cible de l'ouverture du bar et vise à toucher un public plus large en offrant une réduction pour la soirée d'ouverture.



## D. Les Dessous de verres

Emblématiques d'une marque de boisson ou d'un célèbre bar, les dessous de verre renforcent l'identité du bar et ajoutent une touche de classe avec des modèles personnalisés pour le SeeSea.



## E. Post Réseaux Sociaux



Un premier post destiné à Instagram, publié une semaine à l'avance, pour prévenir de l'ouverture du bar.

# See © Sea ©