

# Énoncé de démarche

## “LAYOUT”

Lors de la création de ce magazine ,notre objectif était de réussir à faire coïncider ce magazine d'actualité avec une identité discursive propre à celui-ci.

Pour commencer nous avons étudié différents magazines par le biais du site Pinterest. Ces recherches nous ont permis de trouver des magazines de références pour la suite de notre projet et d'axer précisément l'identité discursive que nous souhaitions. Parmi ces magazines Vogue à été notre référence principale qui nous a permis de composer le “logo” ainsi que l'ensemble du magazine pour faire ressortir un côté “luxueux et raffiné”. Nous nous sommes aussi inspirés du magazine Les Others car nous voulions de belles photos pour illustrer nos propos. De plus, grâce à cette inspiration nous avons eu l'idée de rester dans une identité simple et épuré dans le but de représenter un média sérieux, réfléchi et neutre.

Parlons maintenant de la personnalité de notre média. Nous avons premièrement choisi le nom qui est “LAYOUT”. Le choix de ce nom repose sur le fait qu'il signifie en anglais “cliché”, notre magazine repose sur un ensemble de clichés qui sont les éléments graphiques majeurs de notre média. Suite à ce logo s'en découle logiquement notre slogan qui allie l'idée d'informations à celui d'un “cliché”, pour évoquer notamment notre nom. La typographie avec du Serif à été choisie pour comme dit précédemment ressortir un côté “raffiné”. On associe cette typographie tel un gage de qualité. Le fond perdu autour de la photographie à pour but de centraliser l'information. Effectivement l'auditeur se concentre sur le cliché puis sur l'information qui est lié à celle-ci. C'est aussi la raison pour laquelle notre titre majeur est compris “dans” la photographie.

Pour finir, le sommaire continue dans la ligne éditoriale de notre magazine. Effectivement, celui-ci reprend les codes de la couverture pour les réinvestir dans un nouvel espace graphique. La taille du texte ainsi que des numéros permet de définir l'importance des informations. Le côté très “rangé” du texte permet d'affirmer notre volonté de montrer la qualité de notre information, sans pour autant rester totalement formel avec des numéros qui ne sont pas alignés et qui n'ont pas la même forme. La partie gauche du sommaire permet quant à elle d'illustrer les grands titres de notre revue tout en incluant ces fameux "clichés" qui sont l'essence même de notre identité. Le caractère bichromate de Layout permet finalement de centrer l'information et de réduire notamment la charge graphique.

