

WAYFINDING // UN PROGRAMME D'ORIENTATION SPATIAL



1

ANALYSE DES BESOINS // IDENTIFICATION, ORIENTATION, GESTION DES FLUX

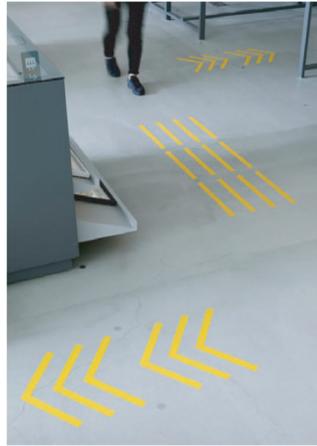
PRINCIPES DU WAYFINDING

Le wayfinding a pour fonction d'informer sur le milieu environnant dans un bâtiment familier ou non.

Il est important d'identifier les points stratégiques d'implantation de l'information pour guider les utilisateurs dans les bonnes directions.

Un système d'orientation efficace est basé sur le comportement humain et comprend les caractéristiques suivantes :

- **Ne les faites pas réfléchir** un système de communication visuel complet, clair et cohérent avec des messages concis
- **Montrez seulement ce qui est nécessaire** informations pertinentes
- **Supprimez les informations inutiles** pour un environnement visuel clair



ORIENTATION ET NAVIGATION

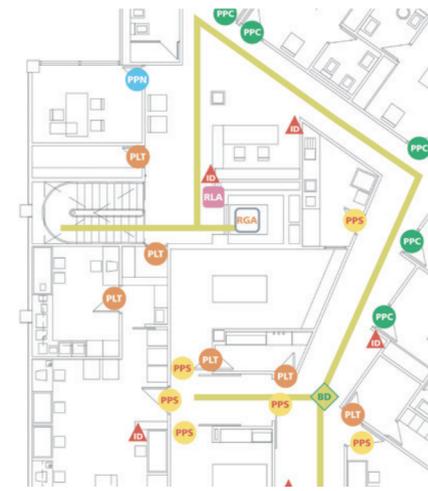
La navigation entre 2 lieux est une activité fondamentale de l'être humain et conditionne notre quotidien.

- Où êtes-vous ?
- Où voulez-vous aller ?

Nous utilisons nos connaissances et nos expériences passées pour évoluer et retrouver notre chemin.

La perception humaine du monde bâti et de l'information dans l'espace environnant se résume à :

- Qu'est-ce que vous voyez ?
- Pourquoi voyez-vous cela ?
- Que faites-vous avec cette information ?



2

CRÉATION DES OUTILS // LES SYSTÈMES D'INFORMATION SIGNALÉTIQUE

MISSION SIGNALÉTIQUE

BELLE, EFFICACE QUAND ELLE EST RATIONNELLE

- **Accueillir** les usagers
- **Renseigner** sur les orientations et les activités
- **Identifier** les lieux et les services
- **Optimiser** les déplacements, les commodités du site
- **Améliorer** le confort des usagers et la productivité du personnel d'accueil

La signalétique doit faire partie intégrante du bâtiment. Elle en souligne l'organisation et la fonction, en tenant compte des occupants.

Il faut composer avec le bâti pour délivrer aux utilisateurs **des messages d'accueil, d'orientation, d'identification et d'information.**

Une bonne signalétique doit permettre **l'appropriation de l'espace par différents publics.**



STANDARDISATION OU IDENTITÉ ?

LES ENJEUX D'UNE SIGNALÉTIQUE ADAPTÉE

La signalétique est le premier contact «physique» entre le client et l'établissement.

Celle-ci doit refléter l'image de marque de l'établissement.

C'est également la majeure impression de la notion de qualité.

GRAPHIQUE - DESIGN - EXCLUSIF

L'uniformisation des signes d'informations, bien que commun, **annihile tout impact mémoriel positif.**

Une signalétique originale, sur mesure, marquera davantage les esprits et **renforcera l'image de marque de l'établissement.**

- Excellente restitution de l'image de marque
- Élégance de l'environnement visuel
- Identité graphique et spatiale propre à chaque projet
- Apport d'un confort dédié aux utilisateurs



49 blvd. Grande Duchesse Charlotte
L-1331 Luxembourg

Phone LU +352 621 640 019
Phone FR +333 684 381 279
Phone BE +32 473 802 007

archibold@nexens.com
www.nexens.com/archibold



Next sense, new sense, make sense

RÉALISATIONS // RÉFÉRENCES

- IBIS STYLES / Paris Porte d'Italie
- IBIS STYLES / Paris Porte d'Orléans
- IBIS STYLES / Genève PALEXPO
- IBIS STYLES / Barcelone
- IBIS STYLES / La Rochelle
- MERCURE / Bayonne
- MERCURE / Blois
- MERCURE / Angoulême
- MERCURE / Nantes Pommeraye
- NOVOTEL SUITES / Paris Bd Brune
- NOVOTEL / Paris Porte d'Orléans
- NOVOTEL / Beaune
- ...



3

LES PRINCIPAUX AXES DE TRAVAIL

- Travail du contenu
- Travail sur la forme
- Travail des matériaux
- Travail colorimétrique et typographique

La résultante de ces axes est la maîtrise de l'intensité des signes

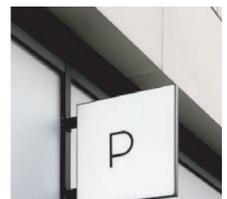
UN APPEL À NOTRE SENS : LA VUE

Pour que la signalétique soit efficace, un bon dosage d'intensité des signes est nécessaire.

Trop discrète → ne remplit pas sa fonction. **Irrite le visiteur**

Trop imposante → préjudiciable à la lecture de l'espace. **Sature le visiteur**

Trop souvent, les repères s'ajoutent au fil du temps de manière hasardeuse et leur accumulation entraîne une confusion de l'information.



SUPPORTS ET MÉDIUMS...

...AU SERVICE DE L'IMAGINATION

Le choix du médium repose sur différents critères :

- l'environnement architectural
- le choix de l'implantation et le support
- la nature de l'information : pérenne ou modulable
- la tenue et la résistance dans le temps
- l'impact visuel souhaité, le contraste
- le relief pour appel au sens du toucher (accessibilité)
- la faisabilité, la technicité mise en oeuvre
- et le coût...

TYPOLOGIE DES MATÉRIAUX

- Dibond®, Plexiglass®, Reynobond®, Formex... + contenu textuel adhésif ou autre matière en relief
- Vinyle adhésif contre-collé directement sur support mur, paroi vitrée, poteau, béton...
- Matériaux métalliques : laiton, cuivre, acier, aluminium
- Organiques tel que le bois sous toutes ses formes
- Lumineux : PMMA diffusant + LEDs / Néon...
- ...

DESIGN SIGNALÉTIQUE

Pour que design, architecture et signalétique ne fassent plus qu'un, ARCHIBOLD étudie les besoins en wayfinding de votre structure et propose un design élaboré et unique.

Recherche de matériaux, typographies, formes, volumes... en harmonie avec l'esprit de votre environnement.

DESIGN D'ESPACE

ARCHIBOLD conçoit des espaces de vente, des aménagements intérieurs pour particuliers et professionnels, ainsi que du mobilier dessiné sur mesure.

ARCHIBOLD collabore avec des entreprises, des artisans qualifiés, voir des architectes confirmés pour des projets de grandes envergures.

DESIGN GRAPHIQUE

Donner du corps et de la personnalité à un espace grâce à une accroche visuelle : ARCHIBOLD prend l'initiative, et propose de nouvelles idées créatives et audacieuses. Impression grand format, papier peint, toile tendue imprimée, adhésif, impression fine art...tout est à imaginer et à réaliser !

EN VOIR +





49 blvd. Grande Duchesse Charlotte
L-1331 Luxembourg
Phone LU +352 621 640 019
Phone FR +333 684 381 279
Phone BE +32 473 802 007

archibold@nexens.com
www.nexens.com/archibold



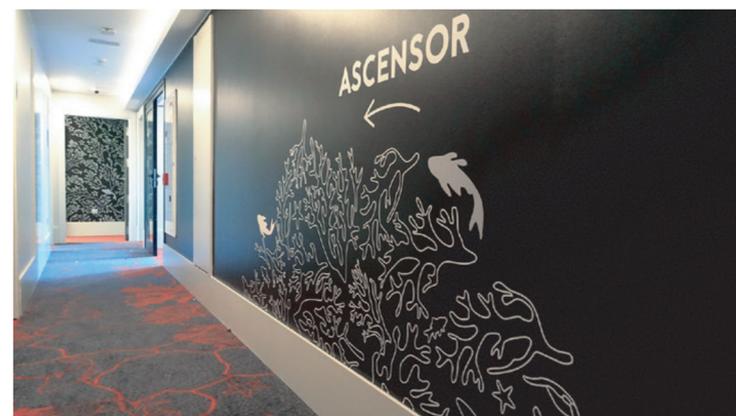
2



3



6



7

- 1** IBIS Styles / La Rochelle
Plaques de chambre et directionnelles
- 2** IBIS Styles / La Rochelle
Habillage ascenseur (int/ext)
Visuel pour mur tête de lit
- 3** IBIS Styles / Genève PalExpo
Plaques de chambre et directionnelles
- 4** Mercure / Blois
Plaques directionnelles
et lettrage lumineux bar
- 5** IBIS Styles / Paris Porte d'Orléans
Plaques directionnelles
- 6** IBIS Styles / Paris Porte d'Italie
Plaques de chambre et directionnelles
- 7** IBIS Styles / Barcelone
Décoration signalétique des couloirs
Plaques de chambre, d'ascenseur et
d'identification



4



5