

Guide de création d'une couverture de livre

FAIRE

- **Anticipez !** La création d'une couverture est un processus long, qui nécessite de la préparation, des consultations et plusieurs ébauches et ajustements. Pensez à planifier et budgétiser dès le début de votre projet d'écriture.
- **Engagez un(e) graphiste.** Vous gagnerez du temps et aurez une couverture professionnelle, capable de soutenir la comparaison avec la concurrence.
- **Hiérarchisez vos informations !** Les éléments de votre couverture n'ont pas tous la même importance.
- **Envisagez l'achat de photos sur des banques d'images.** C'est la garantie d'obtenir des photos de qualité technique suffisante.
- **Intégrez la dimension de genre** dans la conception de votre couverture. Si le contexte de la publication s'y prête, privilégiez une illustration faisant figurer des jeunes filles ou des femmes par exemple.

NE PAS FAIRE

- **Surcharger la couverture.** Les mosaïques, photomontages et typographies complexes sont à bannir.
- **Décider seul.** L'élaboration d'une couverture requiert de la créativité, vous devez vous assurer que les parties prenantes comprennent et valident votre choix.
- **Multiplier les détails** sur la couverture pour tenter d'illustrer tous les concepts contenus dans le livre.
- **Définir le style** de la couverture en fonction de vos goûts personnels !!!

Ce guide se propose comme outil d'accompagnement à la création d'une couverture de livre. Il est destiné aux spécialistes de programme, responsables de projets de publication.

Il guidera pas à pas votre réflexion et vous permettra :

- ✓ d'identifier les éléments clés d'une couverture de qualité
- ✓ de cerner les informations à communiquer au/à la graphiste pour que ses propositions répondent à vos attentes

Créer sa propre couverture de livre est un exercice périlleux ! **Elle doit être réalisée par un professionnel.**

En engageant un(e) graphiste, vous aurez une couverture professionnelle et vous pourrez vous consacrer à des aspects que vous maîtrisez davantage. Le/la graphiste pourra aussi concevoir une maquette de mise en page intérieure et créer un lien graphique avec la couverture en harmonisant les pages de chapitres par exemple.

Une belle couverture, oui mais pourquoi ?

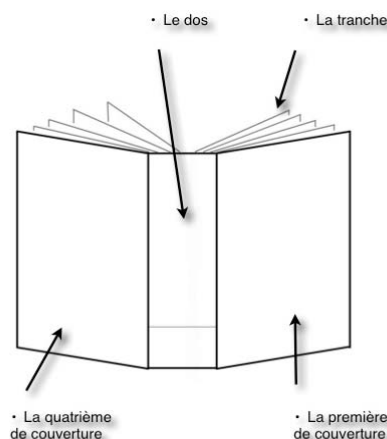
« Une personne passe environ huit secondes à regarder la première de couverture d'un livre ».

Etude du Wall Street Journal

Vous disposez donc de très peu de temps pour convaincre.

La couverture est le premier contact du lecteur avec le livre. Elle est l'élément qui éveille sa curiosité et l'un des meilleurs outils pour vous aider à promouvoir votre livre.

La couverture d'un livre ne se résume pas à la première de couverture mais constitue un ensemble qui comprend aussi une quatrième de couverture (envers du livre) et un dos carré (tranche), plus rarement une deuxième et une troisième de couverture lors d'une impression en recto/verso.



Une bonne couverture traduit l'esprit du livre. Elle est lisible. Son message est clair. Elle est esthétique également. Créer une première de couverture efficace nécessite de la préparation et plusieurs ébauches. C'est pourquoi sa conception doit être envisagée dès le début de votre projet d'écriture. Une réflexion progressive vous permettra d'ajuster votre design et d'obtenir au fur et à mesure les validations nécessaires.

Voici quelques conseils pour vous aider dans votre démarche.

On peut synthétiser le processus de création en deux étapes : la phase préparatoire et la création graphique.

1. la réunion préparatoire délimite le périmètre de votre projet (objectifs, audience, contraintes, ressources) et définit, à travers la recherche graphique, l'ambiance visuelle dans laquelle évoluera le lecteur. A l'issue de cette étape, vous devrez réaliser un document de présentation (brief) destiné au/à la graphiste rassemblant l'ensemble de ces informations.

2. la création graphique formalise la conception de la couverture. Le professionnel devra élaborer plusieurs pistes graphiques en adéquation avec vos attentes, à partir du document réalisé en amont. Plus celui-ci contient d'informations pertinentes plus la réponse créative sera précise.

Première étape : la réunion préparatoire

Une réunion préparatoire définit les bases sur lesquelles le/la graphiste pourra s'appuyer pour développer ses recherches créatives. Elle deviendra un document de référence pour toutes les décisions graphiques, esthétiques et ergonomiques de la publication.

Sachez construire un document de présentation détaillé s'appuyant sur des critères objectifs et des choix argumentés. A ce titre, vos idées ont besoin d'être orientées et stimulées.

Cette réunion préparatoire doit intervenir en présence du **spécialiste de programme, du responsable des publications** de votre secteur, d'**ERI/DPI/PBM** et **MSS/CLD**. Si votre partenaire ou coéditeur intervient dans le processus de décision, impliquez-le dès cette étape.

Commencez votre réunion en identifiant les éléments suivants :

1. Le périmètre de votre projet

1.1 « Pour qui communique-t-on » ?

On ne crée pas un design en fonction de nos goûts personnels. Message, ton, graphisme, code couleur, iconographie ou typographie, tout doit être pesé, justifié, pour toucher le lecteur final : votre audience.

- A qui vous adressez-vous ? Scientifiques, universitaires, responsables politiques, jeune public ?
- Quelles sont les caractéristiques de votre public ? Ses attentes ? Sa perception du sujet ?
- Quelle est la portée géographique de votre publication ? Locale ? Régionale ? Internationale ?
- Envisagez-vous d'autres versions linguistiques ?

1.2 Quel est votre message ?

Le/la graphiste ne lira pas l'ensemble de votre publication. Pour guider ses choix visuels et typographiques, résumez son contenu en quelques lignes et définissez entre cinq et dix mots clés qui expriment l'idée générale et l'émotion que vous voulez susciter.

→ Quel est le fil conducteur de votre histoire ? Quel est l'esprit du livre ? La leçon et le message que vous souhaitez transmettre à votre lecteur ?

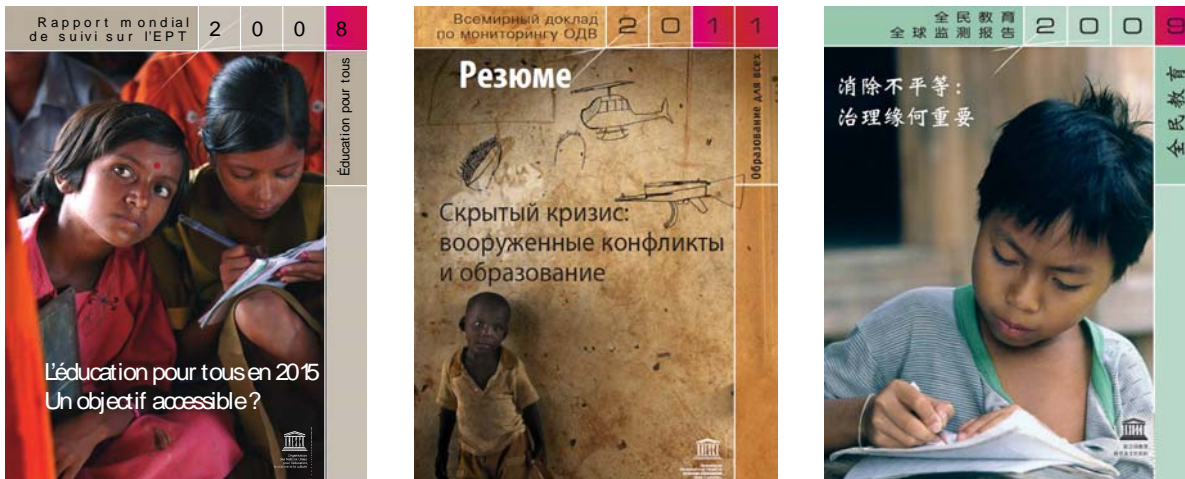
1.3 Est-ce une série ou une publication individuelle ?

→ Votre publication fait-elle partie d'une série ou d'une collection ? Cette collection existe-t-elle déjà ou est-elle nouvelle ? Pensez dès à présent au titre de la collection. Celui-ci va être un des éléments graphiques à part entière de la couverture ; il faut donc prendre soin de le positionner dès le départ pour obtenir le meilleur équilibre entre sa présence et son poids visuel.

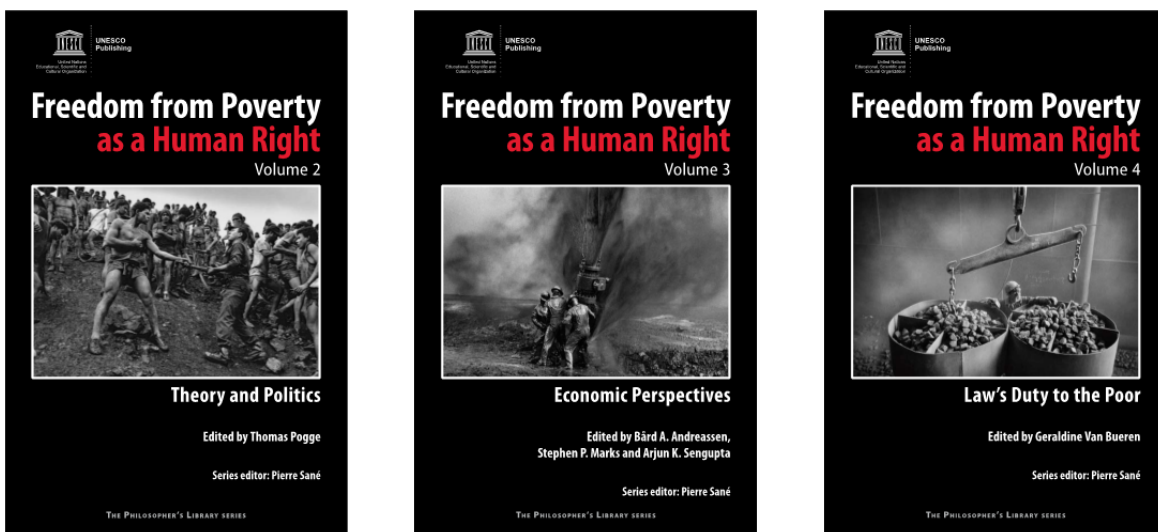
→ S'agit-il, a contrario, d'une première édition ou d'une réédition ? Dans le cas d'une mise à jour, il peut être utile de capitaliser sur la première version en intégrant un élément visuel de la précédente couverture, tout en marquant clairement une différenciation.

→ Pensez aux déclinaisons des publications d'une même collection. Pour signifier l'appartenance et différencier facilement les publications d'une même série, vous pouvez placer :

- Un élément graphique commun à toutes les couvertures



- Un même visuel décliné dans différentes couleurs
- Des visuels différents déclinés dans une même gamme chromatique



1.4 Quelles sont vos contraintes ?

Elles peuvent être d'ordre :

→ **graphique** : Y a-t-il une charte graphique associée à la collection ? Votre partenaire a-t-il un style particulier ? A quel point les éléments de la couverture devront-ils s'y astreindre ? Certaines couleurs sont-elles proscrites ou à éviter ?

→ **technique** : De combien de temps disposez-vous ? Y a-t-il un format imposé par votre partenaire ? Envisagez-vous d'autres versions linguistiques ? Certaines langues peuvent affecter le choix des images, de la typographie, etc. (ex : pour une version en langue arabe, il faudra tenir compte du sens de lecture inversée).

→ **budgétaire** : De quel budget disposez-vous pour la création graphique de votre couverture ? Certaines créations ou mises en page peuvent faire augmenter le coût de production.

1.5 Quels seront les formats de votre publication ?

→ A quelle catégorie votre publication appartient-elle ? Est-ce un rapport ? Un guide pratique ?

Pour plus d'informations, consultez le document de référence : [Strategizing publications for impact](#).

Il est préconisé de simplifier et d'harmoniser autant que possible les formats des publications UNESCO, à savoir :

- Catégorie 1 - Formats rapport : 210 x 280 mm
- Catégorie 2 ou 3 - Formats livre : 150 x 230 mm
- Formats Poche : 125 x 190 mm
- Formats « Beaux livres » : 240 x 300 mm - en portrait (à la française) ou en paysage (à l'italienne)

1.6 Sous quel format numérique allez-vous publier ?

Dès le concept de votre publication, il faudra tenir compte du fait que le livre pourra être publié sous une autre version que la version papier. Ceci a ses implications techniques au niveau du choix des illustrations, de la mise en page du livre, etc. De nouvelles directives sur l'édition numérique, comprenant la pertinence relative des différents formats électroniques, seront préparées séparément.

2. L'ambiance visuelle de votre couverture

On ne doit pas faire un choix de couleur, d'illustration ou de titre gratuitement. Les éléments de la couverture doivent convaincre et donner envie de lire votre publication.

Vous avez délimité le périmètre de votre projet d'écriture et connaissez votre audience. Il vous faut maintenant définir l'ambiance visuelle dans laquelle évoluera le lecteur. Elle doit donc correspondre aux attentes de votre public cible.

Pour cela, vous devez regarder et étudier ce qui se fait autour de vous.

2.1 La recherche graphique

→ Cherchez des sources d'inspiration pour vous guider : tirez parti de l'expérience des autres et regarder ce qui s'est fait par le passé ; jeter un œil aux couvertures de votre section/division/secteur.

→ Choisissez des publications avec un thème similaire au votre, étudiez attentivement leurs caractéristiques, repérez comment les textes et images illustrent le sujet (sur Amazon par exemple).

2.2 Le choix du titre

Quelle est la longueur du titre, et quel espace lui est-il réservé ? Votre publication doit se défendre grâce à un titre percutant et révélateur.

→ Un bon titre doit avant tout être significatif. Prenez en compte le contenu de votre œuvre et adaptez votre titre en conséquence. Mais n'en dévoilez pas trop : le lecteur doit être suffisamment intrigué pour vouloir lire le tout. Si votre livre s'adresse à une cible définie, adressez-vous directement à vos lecteurs.

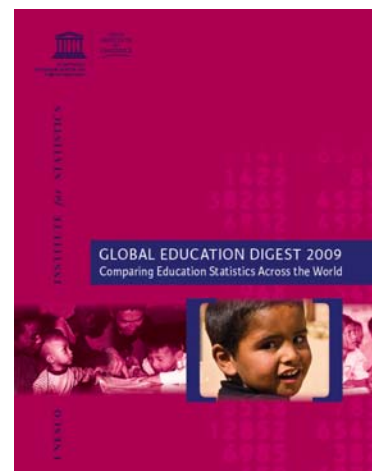
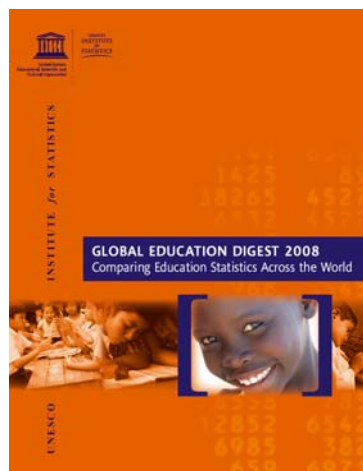
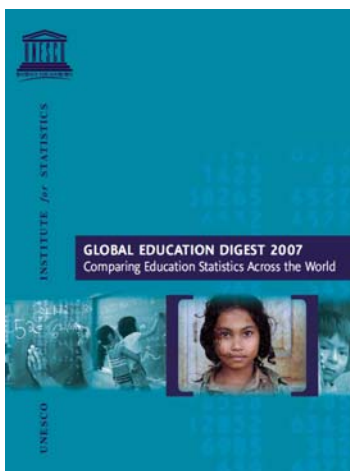
→ Il arrive parfois qu'un titre vous vienne à l'esprit dès le début. Et puis, au fil de l'écriture, la structure et le thème traité se modifient et le titre ne reflète plus réellement le contenu de la publication. Une fois le manuscrit terminé, n'hésitez pas à envisager des titres plus adaptés.

→ Le titre ne doit pas être trop long. Un titre court et bref laisse davantage place à l'imagination dans la tête du lecteur. N'oubliez pas qu'il doit pouvoir se lire facilement sur la couverture et, sur internet où les couvertures sont des vignettes.

→ Il est important de conserver le même ton littéraire. Votre titre doit à la fois refléter le thème de la publication, mais également la forme, le style et le ton.

→ Enfin, assurez-vous que votre titre n'existe pas déjà ! En plus de prêter à confusion cela révèle un manque d'originalité. Une recherche sur Google vous permettra d'être rapidement fixé.

Le titre d'une série peut parfois prendre plus d'importance que le titre lui-même.



Vous pouvez utiliser la typographie comme vecteur de votre message. Une couverture peut être puissante et attractive par la simple utilisation de la typographie : incrustation d'image dans la typographie du titre, polices de caractère transformée en illustration, etc.



2.3 Photo et illustration

Pour rendre votre couverture attractive, il est conseillé de l'illustrer par un visuel. L'image permet de décrire une atmosphère, une envie, une émotion, un concept, un thème. La composition, la lumière, l'originalité du cadrage sont des éléments essentiels dans le choix d'une photo. Vous pouvez utiliser tout type de visuel (photo, dessin ou peinture), en pleine page ou en vignette. L'important est que votre titre reste bien lisible (voir section « 3.2 Lisibilité et contraste », page 13).

→ Faites une première sélection d'images « piochées » au hasard sur le web, comme des épingles Pinterest par exemple. Des motifs ethniques sur un tissu, une photo d'ambiance colorée, une couverture de magazine, peuvent donner une idée précise de l'atmosphère que vous souhaitez créer.

→ Listez ce que vous ne souhaitez pas : un visuel de couleur bleue, une image trop triste ou pessimiste, la représentation d'une communauté en particulier qui limiterait la portée de votre message.

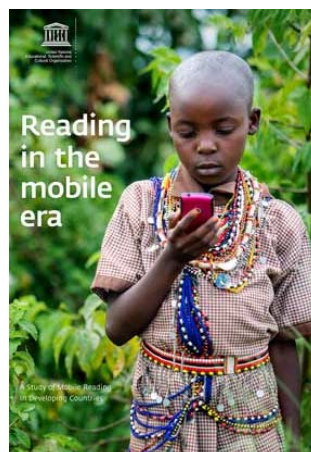
→ Si vous possédez déjà une sélection de photos, assurez-vous de leur qualité technique suffisante (300 dpi à la taille réelle d'impression souhaitée) avant de les transmettre au/à la graphiste.

→ Choisissez des visuels forts ! Composition, couleur et style font parfois toute la différence !

« Composition »



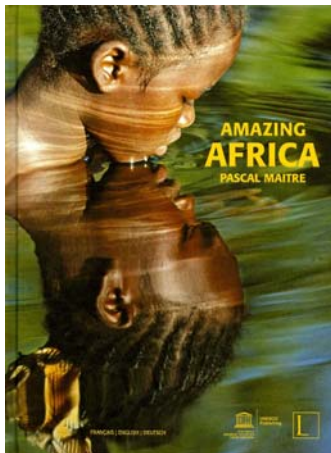
« Couleur »



« Style »

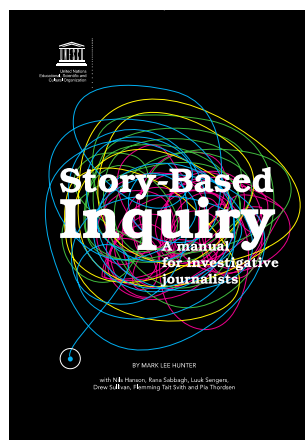
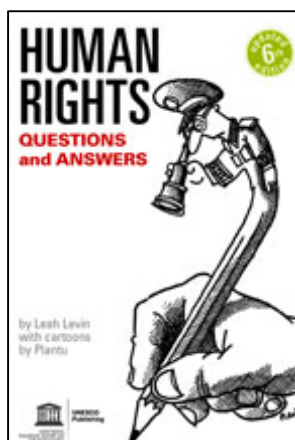


→ Ne surchargez surtout pas votre couverture ! **Evitez les mosaïques.** Une seule image est préférable à une composition de cinq images (même fortes individuellement). La sobriété implique souvent une meilleure visibilité et un confort visuel. La clarté renforce la puissance de l'image.



→ Evitez les visuels trop évidents. Préférez les comparaisons, les métaphores ou l'abstraction par exemple. Traduire une émotion peut être beaucoup plus puissant que la simple visualisation d'un contenu.

→ Le choix de l'illustration peut être une alternative intéressante à la photographie, en apportant un caractère et une personnalité différente à la publication (y compris les illustrations que l'on trouve dans les banques d'images).

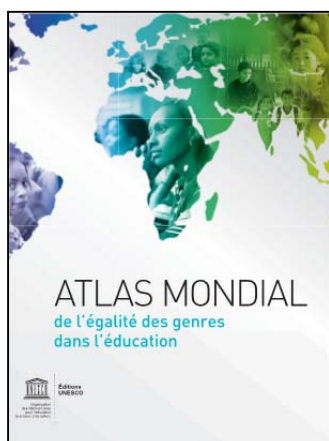


→ N'oubliez pas de mentionner les crédits des photos dans la page légale ou éventuellement en quatrième de couverture.

Attention :

- **aux photomontages trop complexes** : les photos ont souvent des angles de vue différents, des saturations et des styles divers, et les combiner ensemble peut avoir une connotation amateur dépréciant la qualité professionnelle du contenu.
- **aux droits d'auteur** : les images que vous trouvez sur Internet ne sont pas toutes libres de droits ! Consultez en priorité les banques de photos gratuites et libres comme: www.photo-libre.fr; www.bajstock.com; <http://wir.free.fr/Wir>; <http://fr.fotolia.com/>.

- **aux cartographies** : il vaut mieux éviter les représentations géographiques trop nettes et précises. Si l'on doit absolument donner l'indication d'une zone géographique, on peut utiliser des effets ou employer des alternatives : flou, gamme de couleur correspondant au drapeau/symbole d'un pays, paysage symbolique, etc. L'utilisation de cartes comporte toujours un risque. Pour réduire ce risque, n'utilisez que des cartes de source fiable et vérifiez qu'elles soient toujours d'actualité à la publication du livre. Si votre publication couvre plusieurs territoires ou peuples par exemple, veillez à respecter autant que possible un équilibre de représentation dans votre illustration.



- **aux visuels « clichés »** des banques d'images : soyez vigilants, les photos libres de droits ont souvent été utilisées de nombreuses fois pour des sujets différents et manquent parfois d'originalité. Si votre choix se porte sur ce type de visuel, faites preuve d'inventivité en travaillant graphiquement la photo : intégration d'une partie de la photo sur un fond simplifié, ou à travers une typographie par exemple. Pensez-y : L'achat de photos sur les banques d'image vous garantira des visuels de qualité (investissement moyen : 500 dollars). Si vous décidez de travailler avec **MSS/CLD**, un abonnement à Shutterstock est mis à votre disposition.
- **à la qualité de vos photos** : ne confondez pas qualité technique et artistique. Certaines photos ne vont pas avoir de qualité « artistique » suffisante pour une utilisation en première de couverture.















Vous pouvez également consulter la liste des banques d'image dans les [Directives pour les Publications UNESCO](#) (Appendice 7).








2.4 Utilisation et place du logo

→ Respectez la [Charte du logo de l'UNESCO](#), pour la taille, le placement et la lisibilité.

→ Contactez ERI/DPI/PBM à logo@unesco.org. Pour référence, consultez le tableau ci-dessous.

Place du logo dans les publications UNESCO

Type de publication	Première de couverture	Quatrième de couverture
Publications en vente	<p>logo des Editions UNESCO</p>  <p>Éditions UNESCO</p>	<p>logo de Secteur de programme*</p>  <p>Secteur de la culture</p>
	<p>OU logo d'Institut (s'il s'agit d'un Institut)</p>  	<p>OU logo de conventions / programmes*</p>   <p>Diversité des expressions culturelles</p> <p>OU logo de bureau hors Siège*</p>  <p>Bureau à Abidjan</p>
Publications gratuites	<p>logo de l'UNESCO</p> 	<p>logo de Secteur de programme*</p>  <p>Secteur de la culture</p>
	<p>OU logo d'Institut (s'il s'agit d'un Institut)</p>  	<p>OU logo de conventions / programmes*</p>   <p>Diversité des expressions culturelles</p> <p>OU logo de bureau hors Siège*</p>  <p>Bureau à Abidjan</p>

<p>Coéditions avec un accord de coédition</p>	<p>logo de l'UNESCO (à gauche en tant que premier logo)</p>  <p>Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture</p> <p>+ logo du coéditeur</p>  <p>Collins</p>	<p>logo de l'UNESCO*</p>  <p>Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture</p> <p>+ logo du coéditeur*</p>  <p>Collins</p>
<p>Publications avec partenaires financiers (sans contrat de coédition)</p>	<p>logo de l'UNESCO</p>  <p>Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture</p>	<p>+ « Avec le soutien de » (mention écrite)</p> <p>+ logo de partenaire</p>   <p>Fonds-en-dépôt japonais</p>

***Facultatif**

2.5 Choix des couleurs

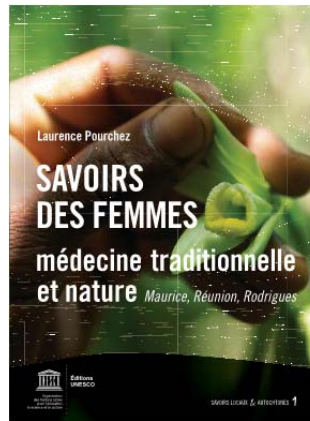
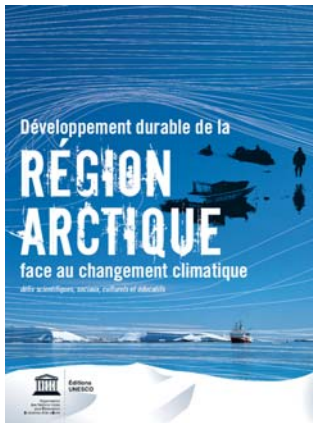
Les couleurs de la couverture créent une ambiance qui peut renseigner d'un coup d'œil sur le contenu. Certaines couleurs nous disposent à éprouver des sensations spécifiques : le rouge pour le sang, le bleu pour l'océan, le vert pour la campagne. Les couleurs peuvent donc appeler une réaction émotionnelle : stimulante, apaisante ou hostile.

Cette particularité s'applique aussi à la couverture d'un livre. On associe régulièrement certaines tonalités au genre littéraire : sombre et lugubre pour une intrigue, vive et colorée pour la littérature jeunesse.

Selon les pays, les cultures et les époques, les couleurs revêtent des significations différentes parfois aux antipodes de celles des cultures voisines (ex : le blanc en Occident est associé à la pureté, alors qu'il est lié au deuil dans la plupart des pays asiatiques). Porteuse d'un sens et d'une symbolique, la couleur ne peut donc être choisie à la légère.

Voici quelques clés pour vous guider :

- une dominante rouge induira forcément une tension ou un aspect agressif ;
- une harmonie de couleurs chaudes – rouge, orange, jaune, ocre – traduira la chaleur, une situation géographique tropicale, voire la gaieté ;
- des couleurs froides – bleu, vert – peuvent plus facilement exprimer la sérénité, la pureté, mais aussi la lumière, l'énergie ou la fraîcheur.



Rassemblez l'ensemble des éléments dans un document de présentation (voir annexe). Vous devrez obtenir la validation écrite de votre **Directeur de division** avant de transmettre au graphiste.

Voici quelques règles clés pour réussir votre document :

- **Synthétisez** : ne noyez pas vos interlocuteurs sous les documents ; apportez des informations qui leur permettront de vous faire les meilleures recommandations. Préparez un document synthétique et opérationnel.
- **Soyez précis** : votre lectorat doit être clairement identifié.
- **Ne décidez pas seul !** Impliquez au maximum vos supérieurs hiérarchiques dans la création de votre couverture, et ce, dès le début du processus.
- **Recourez à des exemples** de ce que vous considérez comme efficace ou en rapport avec le sujet, voire même de ce que vous voulez éviter à tout prix, et si possible expliquez pourquoi.

Deuxième étape : la création graphique¹

La création graphique a pour objectif principal de mettre en valeur et de transformer en dessins concrets les informations compilées dans votre document de présentation. C'est « le passage de relais » entre le spécialiste de programme et le/la graphiste.

→ Une équipe de graphistes est disponible en interne au sein de CLD, le spécialiste programme peut également chercher des professionnels à l'extérieur.

→ Avant de vous décider pour un(e) graphiste, assurez-vous que : i) il/elle dispose des compétences créatives et techniques nécessaires pour votre type de publication ; ii) il/elle est en mesure de vous

¹ Dans le cadre de publications issues d'accords de partenariat d'exécution et d'accords de coédition, les directives énoncées ci-après devront être adaptées au contexte et clauses entendues avec le partenaire.

accompagner tout au long du processus. Certains professionnels sont plutôt orientés vers la création (graphistes), d'autres vers la mise en page (maquettistes) ; iii) qu'il n'y a pas de conflits de calendrier. **MSS/CLD** peut vous accompagner dans cette étape.

→ Une fois le/la graphiste choisi(e) (qu'il/elle soit interne ou externe), un contrat doit être établi via CLD (demande dans DMS, *Document Management System*).

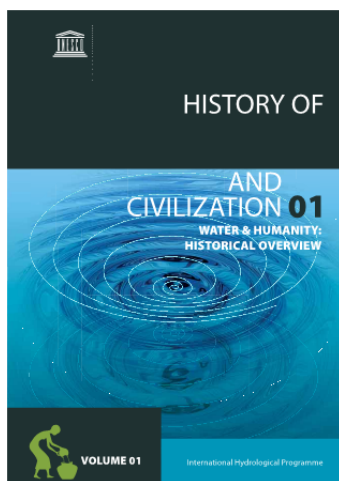
→ Demandez-lui de préparer trois ou quatre projets de couverture assez différents tout en respectant vos critères.

→ En collaboration avec votre Directeur de division, et avec la consultation de ERI/DPI/PBM, choisissez une seule piste graphique qui pourra être retravaillée par le/la graphiste pour obtenir la couverture finale.

Sachez qu'il n'existe pas de recette miracle pour obtenir la couverture parfaite, mais quelques règles de base peuvent vous aider à choisir parmi les propositions. Portez une attention particulière aux éléments suivants :

3.1 Contenu et hiérarchie des éléments

Titre, sous-titre, série, logos... Ces informations ont toutes de l'importance mais n'ont pas le même poids. Il est capital de hiérarchiser leur ordre de lecture grâce aux tailles et graisses des polices de caractère, aux placements et aux couleurs choisies (par un écart suffisant entre un titre et un sous-titre par exemple).



→ L'harmonie d'une couverture résulte de la composition graphique de la page : le juste équilibre entre les « pleins » et les « vides », la proportion entre image et typographie, sont des facteurs essentiels pour un résultat clair et puissant.

→ Un élément prend plus d'importance lorsqu'il est dégagé. Un mot, même très petit, attire le regard s'il est seul dans un grand espace blanc. Si tous les éléments sont de même importance, l'œil fait plus difficilement le focus et l'impression immédiate est moins percutante.

3.2 Lisibilité et contraste

A l'ère de la distribution par Internet et des thumbnails (vignettes web), veillez à ce que votre couverture se défende même en petit format.

Pour cela :

→ Le texte doit être clairement visible et lisible « de loin ». Il doit se distinguer : pâle sur foncé, la plupart du temps, en veillant à ce que chaque élément de la publication ressorte naturellement.

→ Attention aux fonds trop contrastés : si l'arrière-plan est trop variable en intensité, le titre ne sera lisible ni en clair ni en foncé. Il existe plusieurs moyens de contourner le problème : bandeau, cartouche de couleur, choix d'une image laissant amplement la place au texte.

→ Attention aussi au cadrage de l'image en fonction des titres : il est préférable que le point focus intéressant du visuel ne se trouve pas sous le titre par exemple.

3.3 Choix typographique

Si personne n'arrive à lire le titre de votre livre, comment espérez-vous le promouvoir ? La police est un élément trop souvent négligé dans la conception d'une couverture. Or, elle est cruciale à la lisibilité.

→ Privilégiez des caractères simples et une taille suffisante pour être lue de loin.

→ Evitez de multiplier les polices de caractère sur une même couverture. Choisissez deux polices de caractères maximum, voire une seule en utilisant les différentes graisses ou italiques pour distinguer et hiérarchiser les éléments texte.

→ Evitez les polices et les caractères trop fantaisistes, ou trop connotés (papyrus, western par exemple) qui nuisent à la lisibilité.

Dans le cas d'une impression et si la couleur a une importance stratégique, effectuez un contrôle couleur auprès de l'imprimeur final de votre publication. La perception des couleurs sur écran est souvent bien différente du rendu papier !

Présentation du projet de couverture (brief)

ANNEXE

Titre du livre	
Sous-titre du livre	
Titre de la série	
Catégorie/genre (guide pratique, rapport...)	
Format	
Audience (caractéristiques, perception)	
Résumé du livre (Blurb)	
Mots clés	
Registre (philosophique, historique...)	
Style (contemporain, classique, concret ou abstrait...)	
Ton (institutionnel, humoristique...)	
Éléments à faire figurer (nom de l'auteur ? logo du partenaire ?...)	
Personnes impliquées + leur rôle	

Etapes de création d'une première de couverture

