

Le semi-flat monte en pression

Le flat design est le grand leader du graphisme de ces dernières années. Pratique, clair, concis, facile à reproduire sur support papier comme sur format numérique, il est rapidement devenu la forme privilégiée des marques pour promouvoir leur site, packaging ou logo. Sa sobriété offre de plus une grande facilité quand à son animation télévisuelle ainsi que son interactivité et sa responsivité sur le Web.



Une propagation banalisée

Cependant, force est de constater qu'un début de lassitude du public se fait sentir vis-à-vis de ces logos minimalistes, de ces aplats de couleurs unis et de ces mises en pages épurées à l'extrême où se croisent des polices sans empatement, sans pleins ni déliés – et certains diront, sans vie. Des visuels débarrassés de tout « superflu », **lissés pour favoriser leur multiplication**, impression, diffusion et donc, consommation.



Séduction de l'épaisseur

Ainsi, face à cette prolifération de l'efficace face au sensitif, de la rapidité face au contemplatif, le semi-flat séduit maintenant de plus en plus le public et les marques. Le relief réémerge peu à peu des mers d'huile et re-sculpte les formes en accentuant de nouveau reflets et ombres aux logos, clairs et obscurs aux graphismes. Les couleurs font renaître détails et nuances aux créations. Flashy et acidulées, elle n'hésitent plus à se joindre en dégradés audacieux, associées à des polices de caractère qui redécouvrent les plaisirs coupables de l'empattement après une longue période d'austérité. Le tout contribuant en une création toujours **plus unique et personnalisée**, une tendance confirmée comme nous l'avons vu avec l'individualité de l'[Ultraviolet](#), la Couleur de l'Année 2018 de Pantone.

Auteur : JB