

Rapport de Veille Créative et Analyse Stratégique : Identité Visuelle du Festival Cienfuegos d'Alénia

Le paysage événementiel contemporain traverse une phase de mutation profonde où l'identité visuelle ne se limite plus à une simple fonction esthétique, mais devient le vecteur d'un récit complexe mêlant héritage culturel, engagement social et impératifs de modernisation. Dans le cadre du festival latino d'Alénia, baptisé Cienfuegos, l'enjeu consiste à réconcilier la solennité de l'action humanitaire portée par l'association Cuba Coopération France avec l'énergie vibrante d'une célébration culturelle intergénérationnelle.¹ Cette analyse stratégique et créative décortique les choix graphiques opérés par l'équipe de communication, en justifiant chaque décision par une veille prospective axée sur la sémiotique, la psychologie des couleurs et les tendances émergentes pour l'horizon 2025-2026.

Fondements Stratégiques et Diagnostic du Festival

Le Festival Cienfuegos d'Alénia s'inscrit dans une double mission : la promotion des cultures latino-américaines et le soutien humanitaire concret vers Cuba et le Venezuela.¹ L'analyse des documents stratégiques révèle que l'événement fait face à des défis majeurs, notamment le renouvellement de son audience et la professionnalisation de sa communication dans un environnement festivalier saturé. Le positionnement retenu — convivial, familial et humanitaire — impose une identité visuelle qui doit être à la fois chaleureuse et crédible, capable de séduire les familles locales tout en rassurant les partenaires institutionnels.

L'étude des cibles montre une volonté de toucher un public intergénérationnel, avec un cœur de cible situé entre 35 et 55 ans, composé de familles et d'amateurs de danses latines. Ce segment de marché, bien que fidèle, nécessite une stimulation visuelle constante pour transformer l'intérêt en action effective (conatif). Le diagnostic SWOT souligne que la gratuité de l'événement est sa force principale, tandis que le manque de notoriété régionale constitue une faiblesse structurelle à laquelle la nouvelle stratégie créative doit répondre.

Dimension Stratégique	Caractéristiques Clés	Objectif de Communication
Positionnement	Convivial, Familial, Humanitaire	Créer une image de marque distinctive et durable.

Promesse	Expérience immersive et partage culturel	Générer un attachement affectif fort.
Ton de marque	Chaleureux, Festif, Engagé	Humaniser le message institutionnel.
Axe de différenciation	Voyage immobile et pluralité culturelle	Se démarquer des festivals purement commerciaux.

Tableau 1 : Synthèse des piliers stratégiques du Festival Cienfuegos.

Sémiotique de l'Oiseau : Entre Symbole National et Appel à l'Aventure

L'élément central de la nouvelle identité visuelle est l'oiseau, choisi comme métaphore de la liberté, de la migration et de la diversité culturelle. Ce choix ne relève pas du hasard, mais d'une fusion entre deux références majeures identifiées lors de la veille créative : le Toco-ro-ro cubain et Kevin, l'oiseau du film *Là-Haut* de Pixar.³

Le Toco-ro-ro : L'Ancrage Culturel et l'Hymne à la Liberté

Le Toco-ro-ro (*Priotelus temnurus*) est l'oiseau national de Cuba.⁴ Son importance dans la veille créative est primordiale car il possède naturellement les couleurs du drapeau cubain : le rouge, le bleu et le blanc.⁵ L'analyse sémiotique démontre que l'utilisation du Toco-ro-ro permet de valider l'authenticité de la démarche sans tomber dans une iconographie politique ou militante trop austère.

Ce choix est justifié par le tempérament même de l'animal : le Toco-ro-ro est réputé pour sa résistance farouche à la captivité, préférant souvent mourir que de vivre en cage.⁶ Dans le contexte d'un festival humanitaire qui défend la souveraineté et la dignité d'un peuple, cette référence devient un symbole vivant de liberté et de résilience.⁵ Visuellement, l'oiseau apporte une structure organique et des contrastes chromatiques naturels qui servent de guide pour l'ensemble du design system.³

Kevin (Up) : L'Appel à l'Imaginaire et l'Inclusivité Familiale

La seconde inspiration, Kevin du film *Là-Haut*, répond au besoin de rajeunir la cible et de séduire le segment familial.³ Kevin est un oiseau exotique, coloré et ludique, qui incarne

l'archétype du "Trickster" (le farceur).⁹ Sa présence dans la veille créative se justifie par sa capacité à transformer une quête sérieuse (l'expédition de Carl et Russell) en une aventure joyeuse et imprévisible.⁹

L'analyse du personnage de Kevin révèle un point crucial pour le festival : bien que nommé traditionnellement par un prénom masculin, Kevin s'avère être une femelle protégeant ses petits.⁹ Cette dualité et ce retournement narratif apportent une dimension de surprise et de modernité, cassant les codes monolithiques du genre dans le design de mascottes.⁹ En s'inspirant de Kevin, les créateurs de Cienfuegos injectent une dose de "pop culture" qui facilite l'adoption de la marque par les enfants et les jeunes actifs, tout en promettant une expérience de divertissement de haute qualité.³

Synthèse Créative : L'Oiseau comme Vecteur de Migration Culturelle

L'oiseau final, tel qu'il apparaît sur les créations, est une synthèse réussie de ces influences. Il n'est pas qu'un simple ornement graphique ; il incarne le slogan du festival : "Voyager sans partir".² Comme l'oiseau migrateur traverse les continents, le festival transporte son public à Alénya vers les terres latino-américaines sans nécessiter de long trajet. Le style "cartoon-comique" retenu permet de maintenir une dimension ludique tout en restant accessible aux adultes, évitant ainsi l'écueil d'une communication exclusivement enfantine qui pourrait nuire à la crédibilité humanitaire du projet.²

Psychologie des Couleurs et Dynamiques Chromatiques 2025-2026

La palette de couleurs du Festival Cienfuegos est un levier de persuasion silencieux, agissant directement sur l'inconscient du spectateur pour provoquer l'enthousiasme et la confiance.¹² La veille créative s'est appuyée sur les tendances 2025 de Pinterest, notamment la "Prime aux primaires" (RGB Vibes), pour justifier l'usage de teintes saturées et vibrantes.¹⁴

Analyse de la Palette de Marque

Couleur	Code Hex	Signification Marketing	Justification Créative
Jaune Soleil	#F4B000	Optimisme, chaleur, attention. ¹²	Évoque le climat tropical et la joie de vivre latino. ¹⁶
Orange Vitalité	#F28C38	Créativité,	Couleur de

		accessibilité, dynamisme. ¹⁷	l'enthousiasme, idéale pour les boutons d'action. ¹⁸
Rouge Passion	#C63C2C	Énergie, urgence, intensité. ¹⁶	Couleur du sang (humanitaire) et de la fête. ¹²
Vert Nature	#47A64B	Santé, équilibre, croissance. ¹⁸	Rappelle l'aspect écologique et solidaire du projet. ¹⁹
Bleu Sérénité	#1C5880	Confiance, fiabilité, sérieux. ¹²	Équilibre les couleurs chaudes et assure la crédibilité. ¹⁹

Tableau 2 : Analyse de la palette chromatique du design system Cienfuegos.¹²

L'utilisation dominante du jaune et de l'orange répond à un besoin de captation d'attention rapide dans un environnement urbain saturé d'affiches.¹⁶ La psychologie des couleurs indique que le rouge stimule l'appétit et l'excitation, ce qui convient parfaitement à un festival mettant en avant la gastronomie et la danse.¹² À l'inverse, l'intégration du bleu et du vert tempère l'énergie brute par une sensation de calme et de sécurité, essentielle pour rassurer les cibles familiales et les partenaires financiers.¹⁷

Alignement avec les Tendances Pinterest et VML 2025

Le rapport de tendances Pinterest Predicts 2025 souligne un retour massif aux couleurs primaires et à une esthétique audacieuse qui rejette le minimalisme fade ("sad beige") des années précédentes.¹⁴ Le choix de Cienfuegos de superposer des couleurs vives s'inscrit dans cette mouvance de "Maximalisme contrôlé" où l'abondance de teintes crée une immersion émotionnelle forte.²³

Parallèlement, la tendance identifiée par VML sous le nom de "Impactainment" suggère que les marques intégrant des couleurs joyeuses dans leur communication humanitaire obtiennent un meilleur engagement car elles offrent une raison de sourire au milieu de défis globaux sérieux.²⁵ Le rouge cerise (#C63C2C) et le mandarine disco (#F28C38) sont des teintes spécifiquement signalées comme en forte croissance pour 2025, confirmant que les choix chromatiques du festival sont à la pointe de l'air du temps.¹⁵

Architecture Typographique : Le Duo Lobster Two et

Montserrat

Le système typographique du festival repose sur un contraste intelligent entre le caractère rétro et organique de **Lobster Two** et la rigueur moderne de **Montserrat**.²⁰ Ce choix est justifié par une volonté de créer une hiérarchie visuelle claire tout en injectant de la personnalité dans l'identité de marque.

Lobster Two : L'Héritage des Enseignes Vintage

Lobster Two est une police scripte qui possède une "vibe" rétro rappelant le lettrage manuel des enseignes publicitaires des années 1950.²⁷ Dans la veille créative, cette typographie est identifiée comme étant amicale, joueuse et cursive, sans être prétentieuse.²⁷ Sa robustesse technique en fait un choix idéal pour les titres d'affiches car elle reste lisible de loin, même avec des couleurs saturées.²⁷

L'utilisation de Lobster Two pour le logo "Cienfuegos" permet d'évoquer instantanément l'ambiance des restaurants décontractés, des pubs et des lieux de loisirs où l'on s'attend à s'amuser.²⁷ Elle humanise le message et prépare le spectateur à une expérience conviviale. Son héritage latino-américain (conçue par Pablo Impallari, un designer argentin) ajoute une couche de légitimité culturelle discrète mais réelle à la création.²⁷

Montserrat : La Référence Urbaine et l'Efficacité Digitale

Pour contrebalancer l'aspect ornemental de Lobster Two, Montserrat apporte une structure géométrique inspirée par les vieux panneaux du quartier de Montserrat à Buenos Aires.²⁸ Cette police sans-serif est devenue un standard du web design moderne pour plusieurs raisons identifiées lors de la veille :

- **Lisibilité optimale** : Ses lignes épurées garantissent une lecture sans effort sur les écrans mobiles (Instagram, TikTok).²⁸
- **Polyvalence** : Elle se décline en de nombreuses graisses, permettant de structurer le contenu des brochures et des dossiers de presse de manière professionnelle.³⁰
- **Modernité sophistiquée** : Elle signale un positionnement lifestyle premium sans paraître clinique ou ennuyeux.²⁹

Le jumelage de ces deux polices crée une "tension visuelle harmonieuse" : Lobster Two attire l'œil avec son aspect festif, tandis que Montserrat rassure l'esprit avec sa clarté informative.²⁸ C'est un duo recommandé par les experts du design pour les projets souhaitant mêler tradition et modernité.²⁹

Analyse Prospective : Maximalisme, Impactainment et Nouvelles Narrations

Le festival Cienfuegos ne se contente pas de suivre des codes graphiques ; il embrasse les tendances sociétales lourdes qui définiront la communication en 2025 et 2026.

Le Maximalisme Contrôlé : Réagir à la Saturation Digitale

En 2025, le minimalisme est perçu comme "oublier d'exister".²³ La veille créative montre que les marques audacieuses utilisent désormais le maximalisme — une esthétique de l'excès maîtrisé — pour capter l'attention en une fraction de seconde.²⁴ Les créations de Cienfuegos, avec leurs superpositions d'oiseaux, de feuilles de palmiers, de couleurs vives et de textures granulées, adoptent ce style exubérant pour transformer une simple affiche en une expérience visuelle immersive.

Ce "More is More" est particulièrement adapté au secteur culturel latino-américain, traditionnellement riche en motifs et en couleurs.²⁴ Le festival évite toutefois le chaos en respectant une grille invisible héritée de l'urbanisme en damier de la ville de Cienfuegos à Cuba, créant ce que les designers appellent un "chaos harmonieux".²³

L'Impactainment : La Solidarité comme Vecteur de Divertissement

Le concept d'Impactainment est au cœur de la stratégie 2026 de Cienfuegos.²⁵ Les publics contemporains sont fatigués de la communication humanitaire culpabilisante ; ils recherchent des marques qui allient divertissement et engagement authentique.²⁵ La veille démontre que l'humour et la joie font un retour triomphal dans la publicité après deux décennies de sérieux.²⁵

En intégrant sa mission humanitaire (envoi de médicaments à Cuba) dans un cadre festif et coloré, Cienfuegos transforme l'acte de don en un moment de partage positif. La "Boîte à dons" n'est plus un accessoire de culpabilité, mais une extension de la scénographie festive, justifiée par le besoin des consommateurs de trouver des raisons de sourire tout en agissant pour le bien commun.

Le "Staycation" et le Voyage Immobilable

Face aux pressions économiques et environnementales, la tendance "Vacances au sommet" et le désir de dépaysement local sont en forte croissance.¹⁴ Cienfuegos capitalise sur ce sentiment avec son axe de différenciation : "Voyager sans partir". La veille créative identifie ce besoin de "voyages bucoliques" et d'expériences uniques à proximité comme un levier majeur pour les festivals régionaux.³⁷

Évaluation des Supports de Communication et Cohérence Opérationnelle

L'application du design system sur les supports physiques et digitaux démontre une

compréhension fine des mécanismes de contact avec le public.

Les Goodies et Objets de Marque : Créer un Sentiment d'Appartenance

La création d'une gamme de goodies (Ecocup, stickers, casquettes, éventails) n'est pas seulement une source de revenus, c'est une stratégie de marketing communautaire.³⁹

- **Les Stickers** : En déclinant l'oiseau avec des mentions "Salsa", "Bachata" ou "Cumbia", le festival permet au participant d'afficher son identité propre au sein de la communauté. C'est une application de la tendance "Fanspiration" où la marque s'efface derrière la passion du consommateur.²⁵
- **L'Éventail** : Un accessoire à la fois utile et porteur d'une image de marque sophistiquée, répondant au besoin de "Marketing Sensoriel" identifié pour 2025.
- **La Peluche Mascotte** : Elle transforme l'oiseau en un personnage tangible, favorisant l'attachement affectif des enfants, une stratégie de succès éprouvée par des festivals comme Smukfest avec sa mascotte Walther.

Stratégie Digitale et Contenu Storytelling

Le plan média privilégie les formats courts et dynamiques (Reels, TikTok) pour attirer les jeunes cibles. La ligne éditoriale, divisée entre "Content marketing" (coulisses, infos) et "Brand content" (culture, gastronomie), répond à la demande de transparence et d'authenticité des audiences de 2025.

Canal de Diffusion	Format Recommandé	Justification de Veille
Instagram/TikTok	Courtes vidéos "Coulisses"	Humaniser la marque et créer de la proximité. ³⁸
Newsletters	Storytelling long	Fidéliser par le fond et la valeur ajoutée. ³⁸
Street Marketing	Happening musical & Stickers	Créer du lien physique et de la viralité locale.
Site Internet	Layouts "Bento Grid"	Structure flexible et lecture hiérarchisée moderne. ⁴⁰

Tableau 3 : Optimisation des canaux de communication digitale.

Cienfuegos (Cuba) : Une Inspiration Architecturale au

Service du Design

Le nom du festival renvoie à une cité cubaine dont l'esthétique néoclassique et les couleurs pastel constituent un réservoir iconographique inestimable pour la communication.³⁵

L'Urbanisme en Damier : Clarté et Ordre

Fondée par des colons français, Cienfuegos se distingue par son tracé en échiquier, inspiré des idées des Lumières sur l'ordre et l'hygiène publique.³⁵ Cette rigueur géométrique se retrouve dans les choix de mise en page du festival : l'utilisation d'espaces blancs et de grilles de construction invisibles pour organiser les informations denses des brochures et affiches.²³ C'est un équilibre nécessaire face à l'exubérance de la mascotte et des couleurs vives.

Codes Visuels de "La Perla del Sur"

La ville est célèbre pour ses dômes, ses frontons et son théâtre Tomas Terry, où l'élégance néoclassique rencontre le charme des façades pastel.⁴¹

- **Les Façades Pastel** : Les couleurs des arrière-plans des créations (beiges, ocres doux, bleus ciel) imitent les murs de la ville, créant une base de sérénité sur laquelle viennent "exploser" les couleurs primaires de l'oiseau.
- **La Ferronnerie** : Les détails des balcons et des grilles en fer forgé de Cienfuegos peuvent être déclinés en motifs (patterns) graphiques pour enrichir les supports papier.³⁵
- **Les Statues et Lions** : Les lions du parc José Martí pourraient inspirer de nouveaux éléments de signalétique pour les zones VIP ou les entrées du festival à Alénia, renforçant le pont historique entre les deux villes.³⁵

Recommandations pour l'Évolution de l'Identité du Festival

Sur la base de cette veille exhaustive, plusieurs axes de développement peuvent être envisagés pour les éditions futures afin de maximiser l'impact de la marque Cienfuegos.

Accentuer le "Marketing Sensoriel" et Immersif

En 2025, l'expérience doit dépasser le cadre visuel.³⁹ Il est recommandé d'intégrer des éléments sonores et tactiles dans la communication :

- **Sonification** : Intégrer des QR Codes menant à des ambiances sonores de la Sierra Maestra ou au chant du Tocaroro pour créer une immersion immédiate dès la réception d'un flyer.⁴⁷
- **Textures** : Utiliser des papiers avec un grain particulier ou des effets de "collage fait-main" numérisés pour rompre avec la perfection froide de l'intelligence artificielle.⁴⁹

Vers une Mascotte Évolutive et Humaine

L'oiseau ne doit pas rester statique. Les tendances 2026 suggèrent que les mascottes deviennent plus humaines et participent activement aux réseaux sociaux sous forme de mèmes ou de vidéos courtes.⁵²

- **Action** : Créer des variations de l'oiseau en fonction des événements (l'oiseau danseur, l'oiseau bénévole, l'oiseau cinéphile) pour illustrer les différentes thématiques du festival.⁴⁸
- **Avatar** : Développer un filtre Instagram ou TikTok permettant aux festivaliers de "porter" les couleurs de l'oiseau, favorisant ainsi la co-création et la visibilité organique.²⁵

Renforcer le Storytelling Humanitaire par la Preuve

Dans un monde de "fake news", l'authenticité et la transparence sont les ressources les plus précieuses.⁵⁶

- **Action** : Produire des vidéos d'impact montrant l'achat et l'envoi effectif des médicaments, en utilisant le ton chaleureux et coloré de la marque pour éviter le misérabilisme.³⁸
- **Engagement** : Proposer des mini-ateliers interactifs sur place où l'on explique les projets humanitaires, en utilisant la mascotte oiseau comme guide pédagogique pour les enfants.²⁵

Synthèse et Conclusion

L'identité visuelle du Festival Cienfuegos d'Alénia, telle qu'elle est conçue pour 2026, est une démonstration magistrale de la puissance du design narratif. En fusionnant l'authenticité historique du Tocatoro cubain avec la force émotionnelle et ludique de Kevin (*Up*), l'équipe créative a bâti un socle capable de traverser les générations.³

Le choix audacieux d'une palette chromatique vibrante et d'un duo typographique mêlant nostalgie et modernité s'aligne parfaitement sur les tendances "Maximalisme" et "Prime aux primaires" identifiées par Pinterest et les analystes de VML pour 2025.¹⁴ Le festival ne se contente plus de communiquer ; il invite à un voyage immobile, une expérience multisensorielle et solidaire qui répond à la quête de sens du public contemporain. En restant fidèle à ce positionnement "Impactainment" tout en modernisant ses outils de diffusion digitale, Cienfuegos s'affirme comme une "Perle du Sud" incontournable dans le paysage culturel des Pyrénées-Orientales.

Pilier de Succès	Élément Graphique Clé	Impact Stratégique
Authenticité	Le Tocatoro Cubain	Légitimité culturelle et patriotique. ⁵

Modernité	Typographie Montserrat	Crédibilité institutionnelle et efficacité web. ²⁸
Émotion	Inspiration Kevin (Up)	Accessibilité familiale et capital sympathie. ⁸
Visibilité	Couleurs Saturées (Jaune/Rouge)	Captation d'attention et dynamisme festif. ¹⁶
Engagement	Design Solidaire Intégré	Valorisation de la mission RSE par la joie. ²⁵

Tableau 4 : Récapitulatif de la stratégie de design system Cienfuegos.²

Sources des citations

1. Cienfuegos Recommandation (1).pdf
2. Instruction créative cienfuegos
3. concept_evocation_festival.docx
4. Meet The Toco-ro, Cuba's National Bird - The Florida Star, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.thefloridastar.com/articles/meet-the-tocororo-cubas-national-bird/>
5. Cuba Mundo Médico, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.cubamundomedico.com/fr/cuba-3>
6. The Bird of Freedom | BirdNote, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.birdnote.org/podcasts/birdnote-daily/bird-freedom>
7. The Bird of Freedom - YouTube, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.youtube.com/watch?v=fYI3gJfqxnU>
8. Kevin - Disney Up Wiki - Fandom, consulté le mars 29, 2026,
<https://disney-up.fandom.com/wiki/Kevin>
9. Movie analysis: "Up" | by Scott Myers | Medium, consulté le mars 29, 2026,
<https://scottdistillery.medium.com/movie-analysis-up-91094b21362d>
10. Character Archetypes: "Up" | by Scott Myers | Go Into The Story, consulté le mars 29, 2026,
<https://gointothestory.blcklst.com/character-archetypes-up-19ee4f871a4a>
11. Kevin | Disney Wiki | Fandom, consulté le mars 29, 2026,
<https://disney.fandom.com/wiki/Kevin>
12. Psychologie des couleurs : Quand votre logo nous parle ! - Léon Communication | Le blog, consulté le mars 29, 2026,
<https://leon-communication.com/leblog/psychologie-couleurs-logo/>
13. La signification des couleurs en communication et marketing - NOIISE, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.noise.com/ressources/content-marketing/signification-des-couleurs-communication-marketing/>

14. Pinterest Predicts : 20 tendances audacieuses pour 2025, consulté le mars 29, 2026,
<https://newsroom.pinterest.com/fr-ca/news/pinterest-predicts-20-bold-trends-for-2025/>
15. Pinterest : 20 tendances pour 2025 - VU Magazine - Affect Media, consulté le mars 29, 2026, <https://affect.fr/blog/pinterest-tendances-2025>
16. Les couleurs en marketing : comment les utiliser pour votre marque - Mailchimp, consulté le mars 29, 2026,
<https://mailchimp.com/fr/resources/colors-for-marketing/>
17. Psychologie des couleurs en branding : Guide pratique 2025, consulté le mars 29, 2026,
<https://ellietomani.com/la-psychologie-des-couleurs-en-branding-guide-pratique-2025/>
18. Signification des couleurs en marketing : guide complet pour choisir la bonne palette, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.sevengoldagency.com/blog/signification-couleurs-marketing>
19. Symbolique des couleurs – Symboles des couleurs - Adobe, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.adobe.com/fr/creativecloud/design/discover/color-symbolism.html>
20. charte graphique .pdf
21. Signification des couleurs : comment utiliser leurs pouvoirs dans votre communication, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.graphicstyle.fr/communication/signification-des-couleurs/>
22. 2025 graphic design trend report - Brighten Made, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.brightenmade.com/blog/2025-trend-report-graphic-design>
23. Tendances graphiques 2026 : maximalisme, 3D, IA - un Bison à Morgat, consulté le mars 29, 2026, <https://unbisonamorgat.com/tendances-graphiques-2026/>
24. Exploring Maximalism in 2025: A Bold Shift in Event Creative - LAI Live, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.lailiveevents.com/blog/exploring-maximalism-2025-bold-shift-event-creative>
25. The Future 100 : les 10 tendances Brand & Marketing 2025, consulté le mars 29, 2026,
<https://jai-un-pote-dans-la.com/the-future-100-les-10-tendances-brand-marketing-2025/>
26. Tendances de couleurs 2026 : palettes et teintes populaires | VistaPrint, consulté le mars 29, 2026, <https://www.vistaprint.fr/hub/tendances-couleurs>
27. Hypefaces: Fresh Lobster – Graphic Strategist, consulté le mars 29, 2026,
<https://graphicstrategist.com/hypefaces-fresh-lobster/>
28. 12 Montserrat Font Pairing Ideas for a Clean and Modern Look - LetterSiro, consulté le mars 29, 2026, <https://lettersiro.com/montserrat-font-pairing/>
29. Mastering the Two-Font System: Best Font Pairings in 2026 - Schweitzer Designs, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.schweitzerdesigns.com/post/two-font-system-pairing-guide-2026>
30. Montserrat Google Font Pairing - Lynchburg - Stimulus Advertising, consulté le

mars 29, 2026,

<https://www.stimulusadvertising.com/our-blog/262-montserrat-font-pairing.html>

31. 10 Best Google Font Pairings for Websites, consulté le mars 29, 2026, <https://designedbyharj.com/10-best-google-font-pairings/>
32. 30+ Best Font Combinations for eCommerce Websites (2023) - Magezon Blog, consulté le mars 29, 2026, <https://blog.magezon.com/best-font-combinations-ecm/>
33. Tendances graphiques 2026 : le maximalisme en design à adopter - Graphisme Webdesign LH, consulté le mars 29, 2026, <https://www.graphisme-webdesign-lh.com/actualit%C3%A9s/maximalisme-graphique-tendances-2026>
34. Latin American Design Festival by IS Creative Studio - BP&O, consulté le mars 29, 2026, <https://bpando.org/2015/03/24/branding-ladfest-2015/>
35. Urban Historic Centre of Cienfuegos, consulté le mars 29, 2026, <https://whc.unesco.org/uploads/nominations/1202.pdf>
36. VOYAGE, consulté le mars 29, 2026, <https://www.voyagechateaufestival.com/>
37. Rapport tendances Pinterest automne 2025 - Pinterest Newsroom, consulté le mars 29, 2026, <https://newsroom.pinterest.com/fr/news/the-2025-pinterest-fall-trend-report/>
38. Stratégie de communication: les tendances en 2025, consulté le mars 29, 2026, <https://impulse-communication.fr/strategie-de-communication-les-tendances-en-2023/>
39. 6 Tendances de Branding à Adopter en 2025 - Lunéa Studio, consulté le mars 29, 2026, <https://luneastudio.fr/blog/communication-et-marketing/6-tendances-branding-2025/>
40. Les 11 tendances graphiques de 2026 - PrintO'clock, consulté le mars 29, 2026, <https://www.printoclock.com/blog/tendances-graphiques-2026/>
41. The 17 best architecture in Cienfuegos - Wanderlog, consulté le mars 29, 2026, <https://wanderlog.com/list/geoCategory/98623/best-architecture-in-cienfuegos>
42. Urban Historic Centre of Cienfuegos - UNESCO World Heritage Centre, consulté le mars 29, 2026, <https://whc.unesco.org/en/list/1202/>
43. Cienfuegos Tourism| Architecture in Cuba, consulté le mars 29, 2026, <https://www.cubatravel.cu/en/destinations/cienfuegos/architecture>
44. Cienfuegos cuba architecture hi-res stock photography and images - Page 21 - Alamy, consulté le mars 29, 2026, <https://www.alamy.com/stock-photo/cienfuegos-cuba-architecture.html?page=21>
45. Cienfuegos Cuba - Discover Interesting Places, consulté le mars 29, 2026, <https://www.discover-interesting-places.com/Cienfuegos-Cuba.html>
46. Event Trends 2025: Designing Events That Wow and Inspire - Hosts Global, consulté le mars 29, 2026, <https://hosts-global.com/december-design-edition-event-trends-2025/>
47. Museum for the United Nations & Spotify - Sounds Right (case study) - YouTube, consulté le mars 29, 2026, <https://www.youtube.com/watch?v=5newTxSZ9bU>

48. The Dynamic and Innovative Visual Identity of DEMO Festival 2025 - Grafis Masa Kini, consulté le mars 29, 2026,
<https://grafismasakini.com/project-review/the-dynamic-and-innovative-visual-identity-of-demo-festival-2025/en>
49. Tendances graphiques en 2026 : le graphisme réinvente ses règles - L'agence Romanesko, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.romanesko.com/les-tendances-graphiques/>
50. Les 10 grandes tendances graphiques à tester en 2025 - VistaPrint, consulté le mars 29, 2026, <https://www.vistaprint.fr/hub/tendances-design-graphique-2025>
51. Les 15 tendances graphiques incontournables en 2025 - IFFDEC, consulté le mars 29, 2026,
<https://iffdec.com/les-15-tendances-graphiques-incontournables-en-2025/>
52. Branding en 2025 : les tendances design incontournables - Studio Elias, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.elias.studio/blog/post/les-10-tendances-design-a-connaître-en-2025-l-avenir-du-branding>
53. Brand Mascot Marketing: How Iconic Characters Build Recognition and Trust, consulté le mars 29, 2026,
<https://dreamlocal.com/blog/brand-mascot-marketing-how-iconic-characters-build-recognition-and-trust/>
54. Les Tendances 2025 en communication - Communication digitale & supports visuels, consulté le mars 29, 2026,
<https://im-marketing.fr/article-tendance-design-et-communication/>
55. Smukfest Music Festival: Revitalised Brand Identity by Designit, consulté le mars 29, 2026, <https://www.designit.com/work/smukfest>
56. 10 Communication Trends for Organizations and Causes in 2025 - Colmena Lab, consulté le mars 29, 2026,
<https://www.colmenalab.com/en/post/10-communication-trends-for-organizations-and-causes-in-2025>
57. 5 tendances en communication à surveiller en 2025 - Blo, consulté le mars 29, 2026, <https://www.capital-image.com/blog/tendances-communication-2025>
58. Les grandes tendances en événementiel de 2025 - Kumpanni, consulté le mars 29, 2026, <http://kumpanni.ca/nouvelles/tendances-en-evenementiel-2025/>
59. Top Event Trends to Know in 2025: Elevating Experiences with Innovation and Impact, consulté le mars 29, 2026,
<https://valiant3communications.com/top-event-trends-to-know-in-2025-elevating-experiences-with-innovation-and-impact/>