

WEB TECHNOLOGIES

THÉORIE DU GRAPHISME





Art ≠ **Design** ≠ **Graphisme**



Art

- a. Expression par des créations humaines d'un **idéal esthétique**
- b. Création d'objets ou de mises en scène spécifiques destinées à produire chez l'homme un **état particulier de sensibilité**, plus ou moins lié au **plaisir esthétique**



**Chapelle
Sixtine, Vatican**
1483



Design

- a. Discipline visant à une **harmonisation de l'environnement humain**, depuis la conception des objets usuels jusqu'à l'urbanisme
- b. Esthétique industrielle appliquée à la **recherche de formes nouvelles et adaptées à leur fonction.**
- c. Discipline qui cherche à créer des **nouveaux objets** qui soient à la fois **esthétiques et adaptés à leurs fonctions.**
- d. Conception

GOURMET LIBRARY

HOME PAGE VISITORS

ON PAGE VISITORS

PRIMARY NAV ELEMENTS

NEED FEAT. SIGN UP if NOT LOGGED.

SILHOUETTE of HEAD BLANK PEOPLE HAVE DEFAULT SKIN UP FOR HOME PAGE

FW PRODUCT IMAGE w/ PLAY ICON

f

PRO NAME! IMAGE LINK TO PRODUCT PAGE

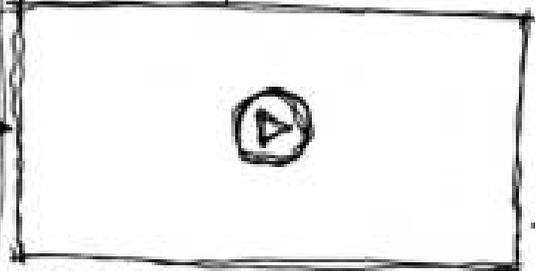
GOURMET LIBRARY

1 2 3

Hi, welcome back user! [abc]

Search: []

GOURMET TREAT OF THE DAY



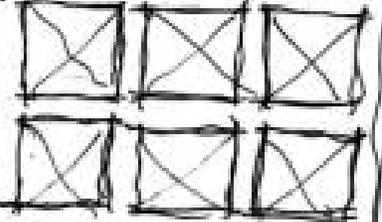
PRODUCT NAME

HOTTEST PRODUCTS

- PRODUCT NAME \$0.00 / lb
- PRODUCT NAME \$0.00 / lb
- PRODUCT NAME \$0.00 / lb

etc.

RECENTLY PURCHASED FOODS



SHOW ALL

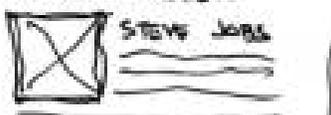
LATEST REVIEWS

- []
- []
- []
- []

ADD YOUR REVIEW

[]

MEET THE FAVORITE FOODIE



FOODS ? ST (1 item)

PRIMARY NAV

- SHOP
- SOCIALIZE

SHOP | SOCIAL



Graphisme

- a. Discipline qui consiste à créer, choisir et utiliser des **éléments graphiques** pour élaborer un objet de **communication** et/ou de culture
- b. Discipline visant à élaborer un objet de communication pour **promouvoir, instruire** ou **informer**

72

Locarno Film Festival

7-17 | 8 | 2019

Destination partner

ASCONA
LOCARNO



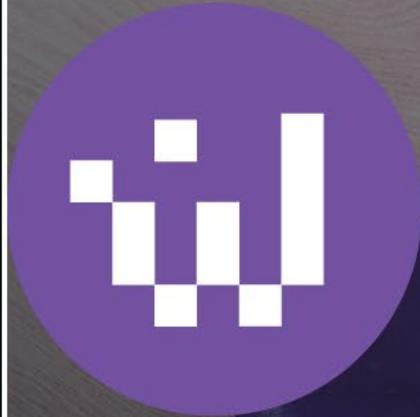
Institutional partners

Republic and Canton of Ticino with **EMISSLOS**
Federal Office of Culture FOC
Swiss Agency for Development and Cooperation SDC
City and Region of Locarno

Main partners

 **UBS** *la Mobiliare* **MANOR**[®]  **swisscom**

Locarno Film Festival
Affiche
2019



WEB TECHNOLOGIES

I. PRINCIPES DU GRAPHISME



Qu'est-ce que le graphisme ?

Un moyen de **communiquer** visuellement une idée, une marque, un concept.

Un moyen d'**expression par l'image**.

La capacité de **synthétiser** visuellement des **informations**.



Codes graphiques



Concept

Sans concept, que du vide !

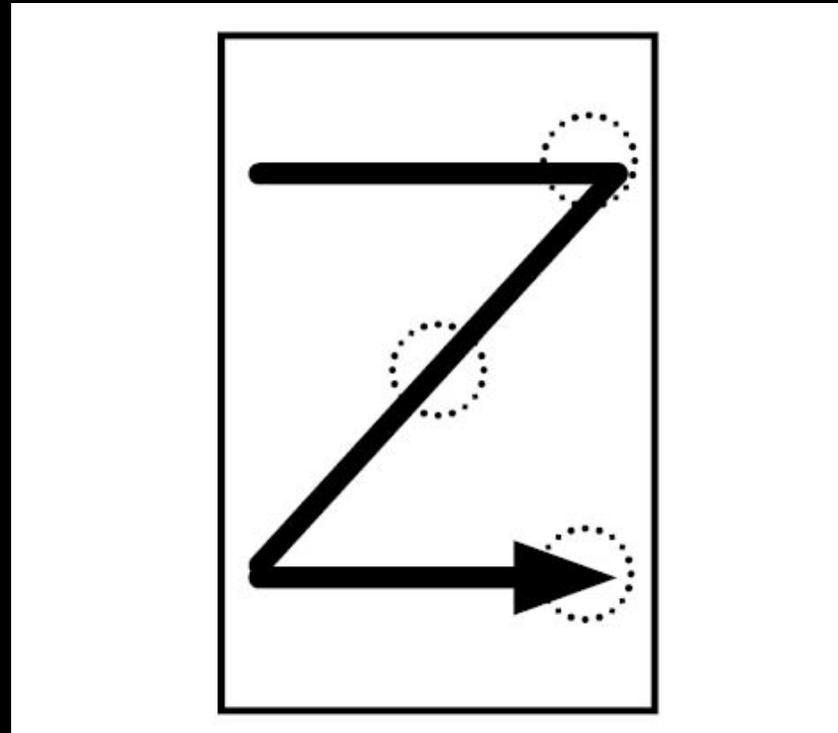
En graphisme, on transmet un message.

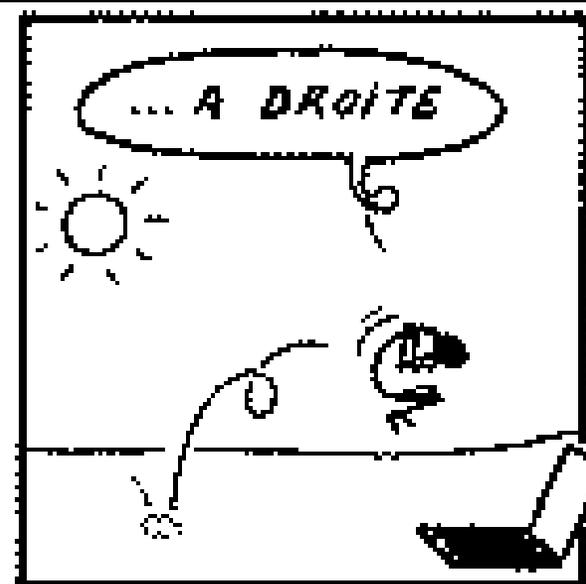
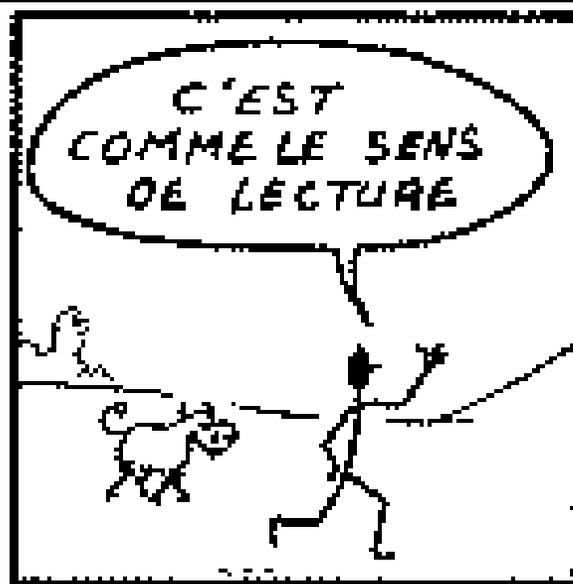


Exemple migros print-shop
Flyer

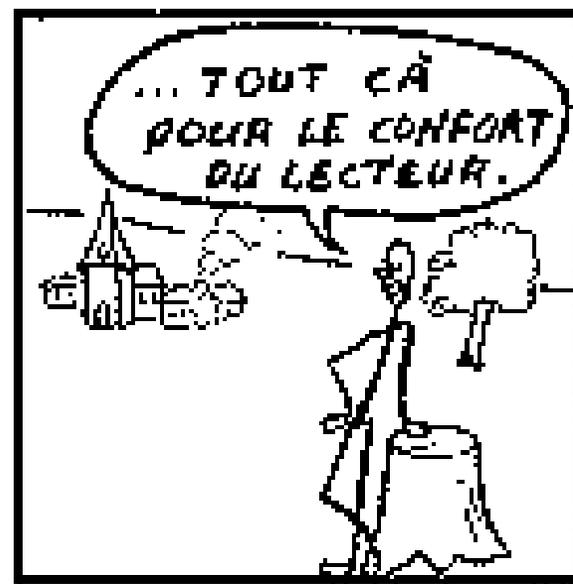
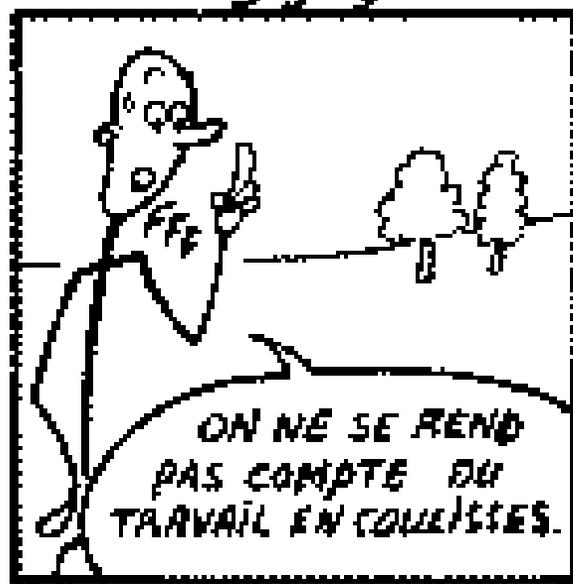
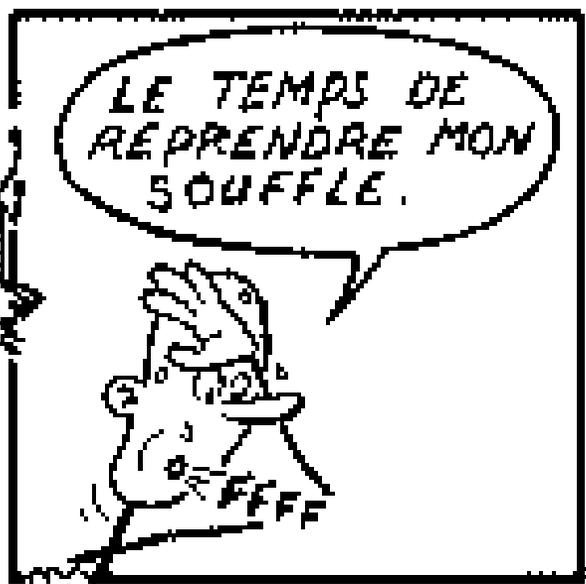


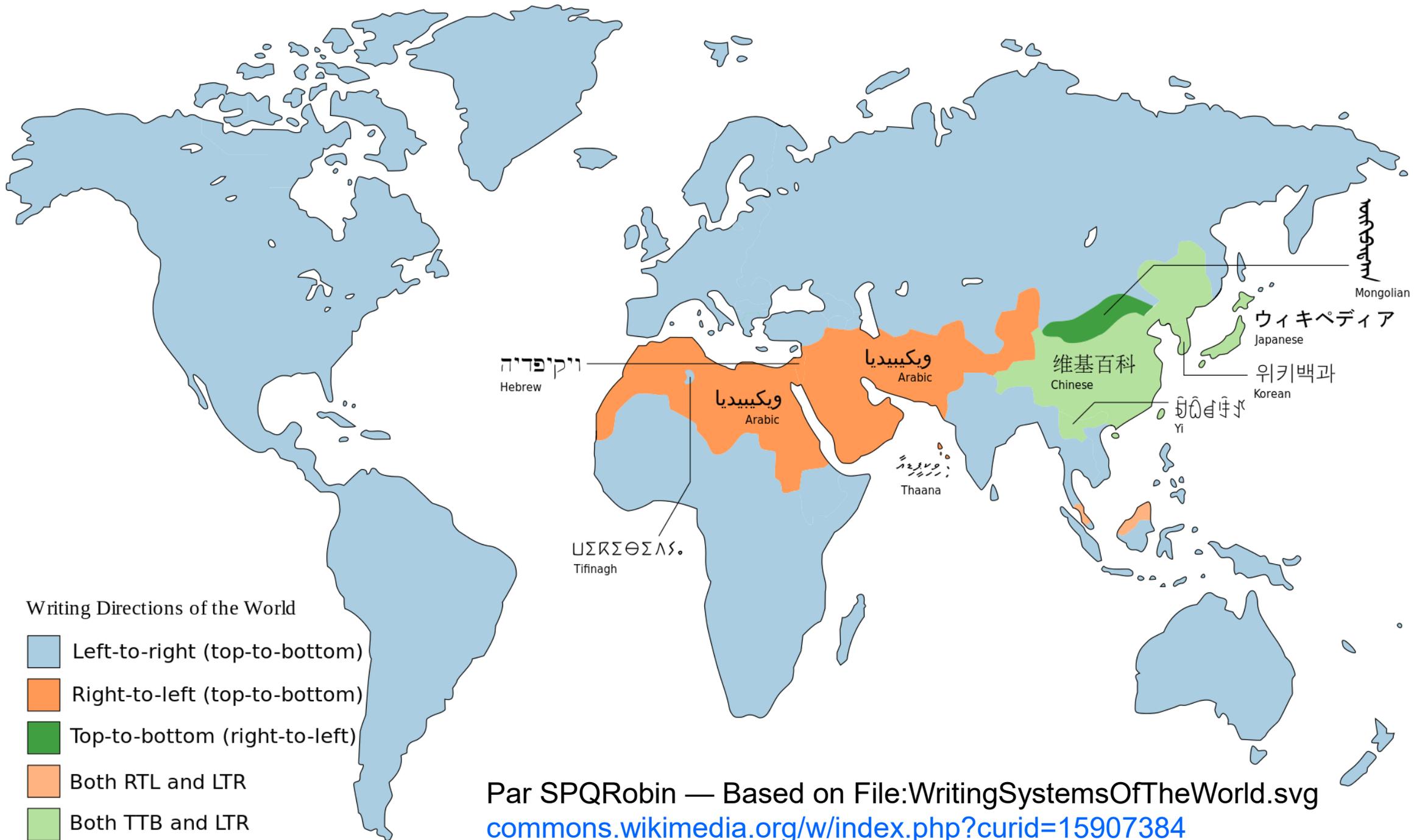
Sens de lecture





NON





Par SPQRRobin — Based on File:WritingSystemsOfTheWorld.svg
commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=15907384



DANS
CE CAS...



MAIS
QUI ?
PERSON-
NE
N'EST
ASSEZ
FORT
POUR
ÇA...

À MOINS
QUE... SE
DONNE CE
CAHIER À
QUEL-
QU'UN
QUI EN
SERAIT
CAPABLE ?



0-1-11

JE SUIS
LE SEUL
À
POUVOIR
FAIRE
ÇA !



OUI.

... JE
N'AI
PLUS
QU'À LE
FAIRE
MOI-
MÊME...



... JE VAIS
CHANGER
LE MONDE.

AVEC
LE
DEATH
NOTE...

أين أجده ؟

هنالك العديد من الأنواع المتوفرة لنصوص لوريم إيبسوم، ولكن الغالبية تم تعديلها بشكل ما عبر إدخال بعض النواذر أو الكلمات العشوائية إلى النص. إن كنت تريد أن تستخدم نص لوريم إيبسوم ما، عليك أن تتحقق أولاً أن ليس هناك أي كلمات أو عبارات محرّجة أو غير لائقة مخبأة في هذا النص. بينما تعمل جميع مولّدات نصوص لوريم إيبسوم على الإنترنت على إعادة تكرار مقاطع من نص لوريم إيبسوم نفسه عدة مرات بما تتطلبه الحاجة، يقوم مولّدنا هذا باستخدام كلمات من قاموس يحوي على أكثر من 200 كلمة لا تينية، مضاف إليها مجموعة من الجمل النمذجية، لتكوين نص لوريم إيبسوم ذو شكل منطقي قريب إلى النص الحقيقي. وبالتالي يكون النص الناتج خالي من التكرار، أو أي كلمات أو عبارات غير لائقة أو ما شابه. وهذا ما يجعله أول مولّد نص لوريم إيبسوم حقيقي على الإنترنت



Antigel Festival
Affiche
2012



Moins c'est mieux

Pour bien transmettre un message, mieux vaut se contenter de l'essentiel.

Plus il y a d'éléments dans un espace donné, plus il est difficile de voir l'essentiel.

**41^e bourse
suisse
d'horlogerie**

**di 5 nov
2017**

M musée
international
d'horlogerie

La Chaux-de-Fonds

En association avec
Chronométriphilia

Rue des Musées 29 – www.mih.ch

Achat
Vente
Echange

montres
pendules
outillage
fournitures
livres
documents

10h-
16h30

CHF 8.-

41^e bourse d'horlogerie
Affiche
2017



Festival Opession
Affiche
2019





Hiérarchie

Sans hiérarchie, pas de trajet.

Titre et sous-titre

Taille des éléments

Mise en évidence

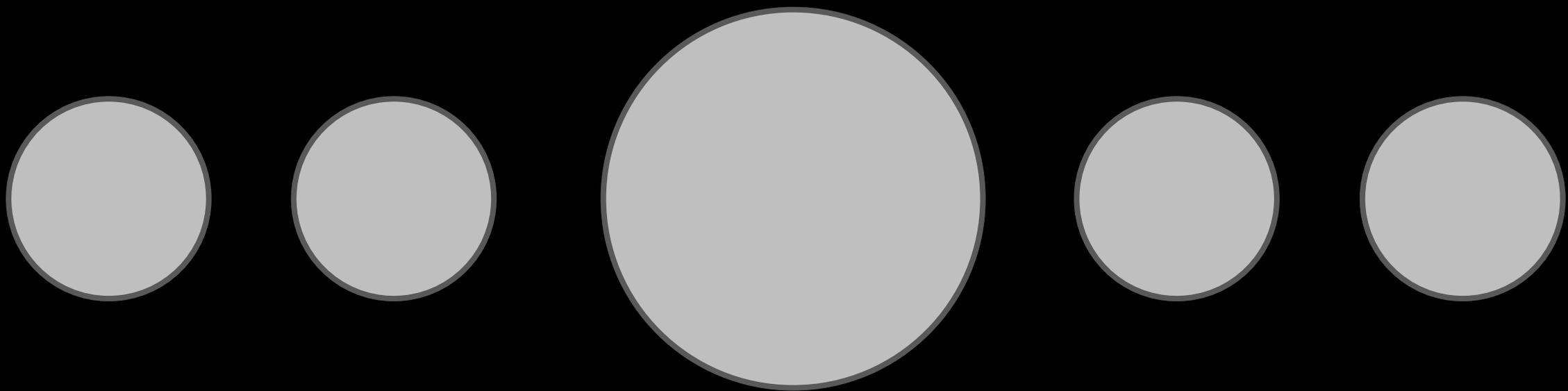
Nec piget dicere avide magis hanc insulam populum Romanum invasisse quam iuste. Ptolomaeo enim rege foederato nobis et socio ob aerarii nostri angustias iusso sine ulla culpa proscribi ideoque hausto veneno voluntaria morte deleta et tributaria facta est et velut hostiles eius exuviae classi inpositae in urbem advectae sunt per Catonem, nunc repetetur ordo gestorum. Circa hos dies Lollius primae lanuginis adolescens, Lampadi filius ex praefecto, exploratus causam Maximino spectante, convictus codicem noxiarum artium nondum per aetatem firmato consilio descripsisse, exulque mittendus, ut sperabatur, patris impulsu provocavit ad principem, et iussus ad eius comitatum duci, de fumo, ut aiunt, in flammam traditus Phalangio Baeticae consulari cecidit funesti carnificis manu.

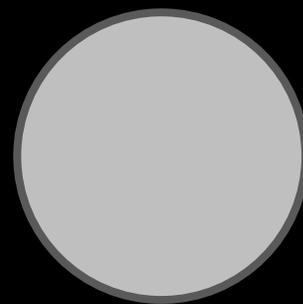
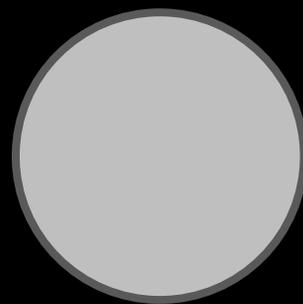
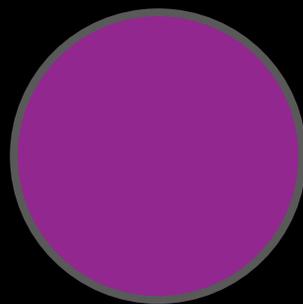
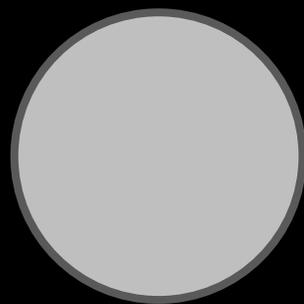
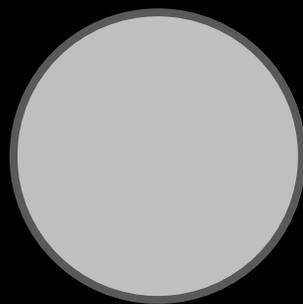
PARAGRAPHE

Nec piget dicere avide magis hanc insulam populum Romanum invasisse quam iuste. Ptolomaeo enim rege foederato nobis et socio ob aerarii nostri angustias iusso sine ulla culpa proscribi ideoque hausto veneno voluntaria morte deleta et tributaria facta est et velut hostiles eius exuviae classi inpositae in urbem advectae sunt per Catonem, nunc repetetur ordo gestorum.

PARAGRAPHE

Circa hos dies Lollius primae lanuginis adolescens, Lampadi filius ex praefecto, exploratus causam Maximino spectante, convictus codicem noxiarum artium nondum per aetatem firmato consilio descripsisse, exulque mittendus, ut sperabatur, patris impulsu provocavit ad principem, et iussus ad eius comitatum duci, de fumo, ut aiunt, in flammam traditus Phalangio Baeticae consulari cecidit funesti carnificis manu.





CONTRASTE

CONTRASTE

CONTRASTE

CONTRASTE

Il est important de mettre en place une hiérarchie visuelle pour que le lecteur comprenne l'importance et la place des différents éléments. C'est essentiel. Pour cela, on peut utiliser le contraste et la couleur.

Il est important de mettre en place une **hiérarchie visuelle** pour que le lecteur comprenne l'importance et la place des différents éléments. C'est essentiel. Pour cela, on peut utiliser le **contraste** et la **couleur**.

Il est important de mettre en place une **hiérarchie visuelle** pour que le lecteur comprenne l'importance et la place des différents éléments. C'est essentiel. Pour cela, on peut utiliser le **contraste** et la **couleur**.

CAVES OUVERTES GENÈVE



Samedi 26 mai 2018

10h - 17h

www.geneveterroir.ch



SWISS WINE
GENÈVE

A consommer avec modération

Suisse. Naturellement.

Caves ouvertes de
Genève
Affiche
2018



Tendances

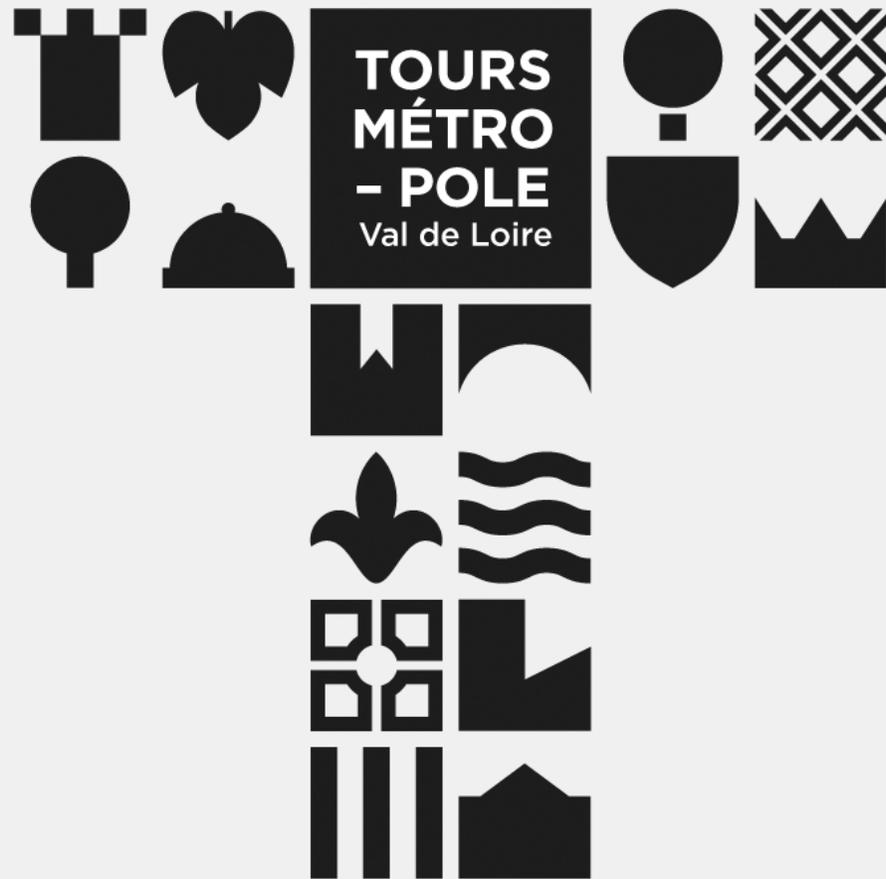


<https://medium.com/@jackanto/responsive-logo-must-to-follow-4901cb0cfcbc>



<https://fabrikbrands.com/introducing-responsive-logos/>





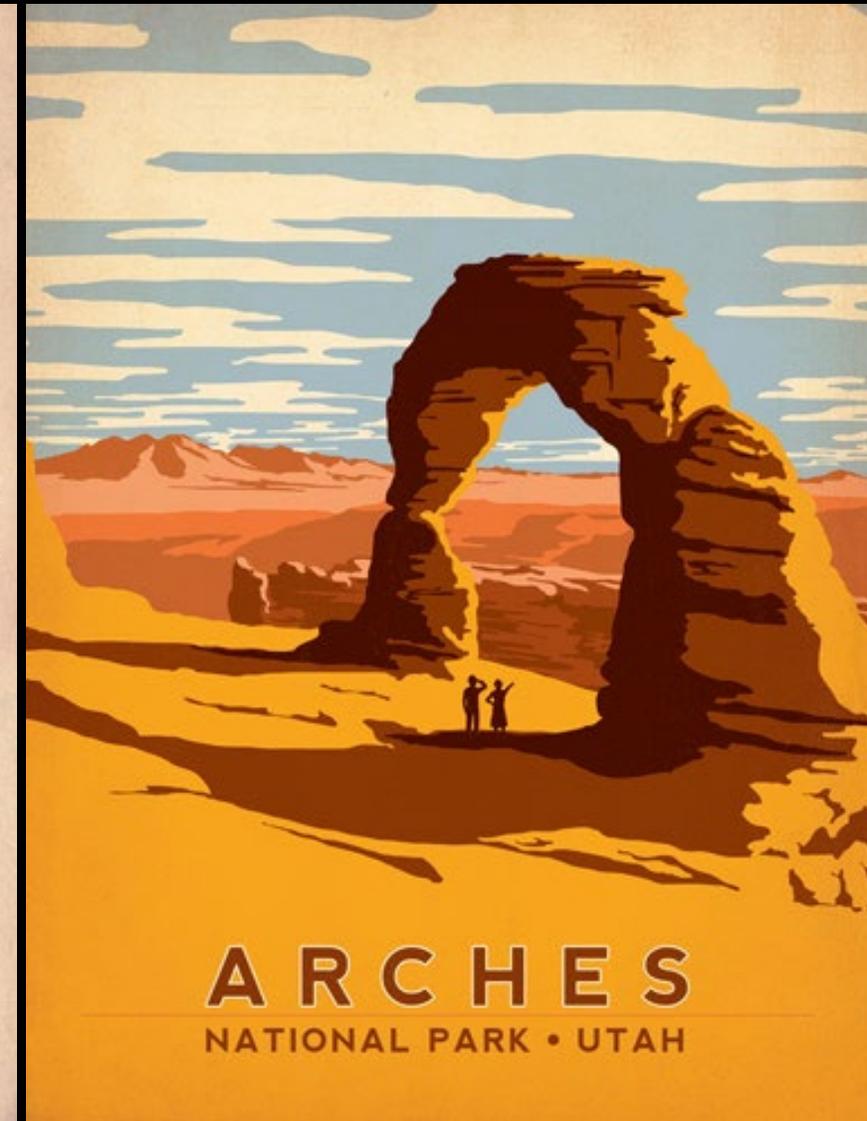
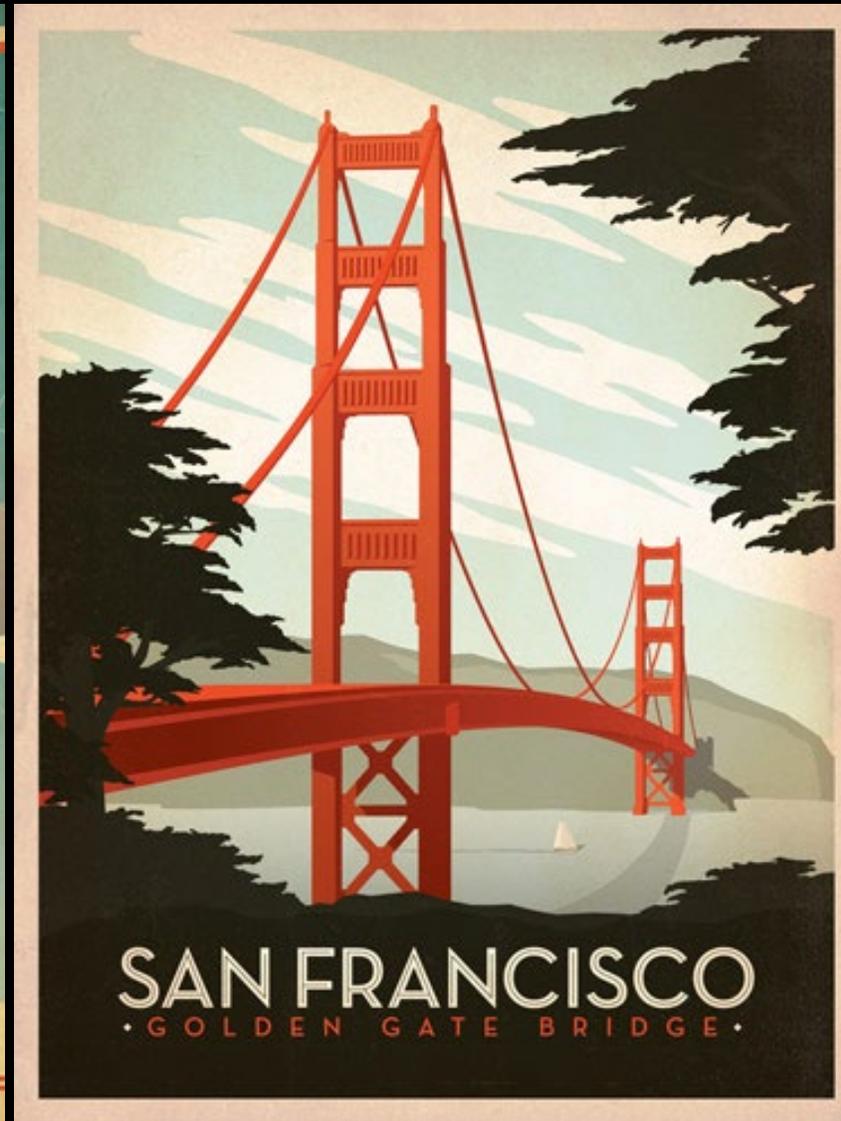


EXODUS

A DISPLAY SERIF TYPEFACE
WITH A SMORGASBORD OF UNIQUE
ALTERNATIVE CHARACTERS

<https://www.behance.net/gallery/32070837/Exodus-Free-Typeface>

Studio AndersonGroup





ONE
WORLD
ONE
VISION

**Design réalisé par Shwin
2021**

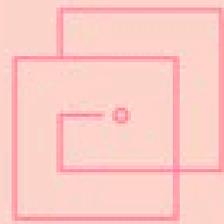
<https://99designs.fr/blog/tendances/tendances-design-graphique/>



**ALTARED
STATE**

**Design réalisé par
Aldo_4_4
2021**

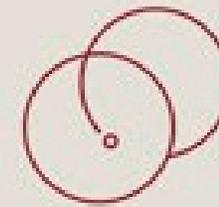
<https://99designs.fr/blog/tendances/tendances-design-graphique/>



Minimal Design



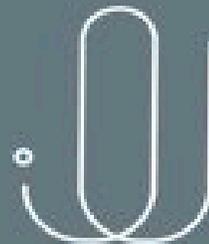
Minimal Design



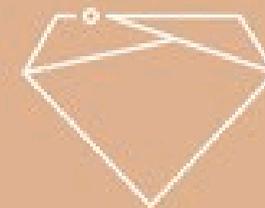
Minimal Design



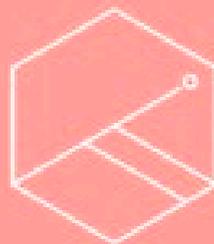
Minimal



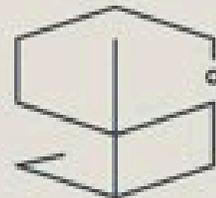
Minimal Design



Minimal Design



Minimal



Minimal Design



Minimal



MIT MEDIA LAB



MIT MEDIA LAB



MIT MEDIA LAB



MIT MEDIA LAB



MIT MEDIA LAB



MIT MEDIA LAB



MIT MEDIA LAB



MIT MEDIA LAB



MIT MEDIA LAB



MIT MEDIA LAB





<https://graphiste.com/blog/tendances-graphiques-2022>

Color of
the year
2021

Illuminating
13-0647



**Ultimate
Gray**
17-5104



Color of
the Year
2022

PANTONE[®]

Very Peri
17-3938



Plus de tendances

<https://lareclame.fr/tendances-graphiques-2021-242272>

<https://lareclame.fr/dossier-tendances-graphiques-2022-257123>

<https://99designs.fr/blog/tendances/tendances-design-graphique/>

<https://graphiste.com/blog/tendances-graphiques-2021>

<https://graphiste.com/blog/tendances-graphiques-2022>



Questions ? Remarques ?



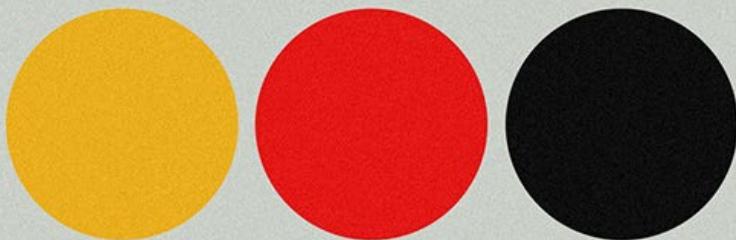
Exercice

Tom Anders Watkins a réalisé 32 affiches pour la FIFA World Cup en 2018.

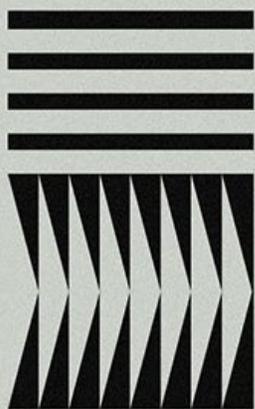
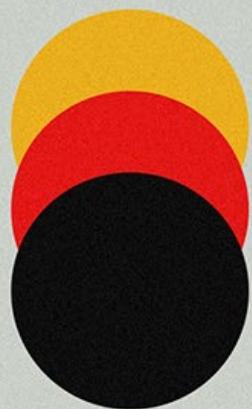
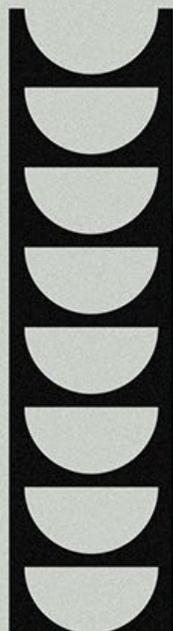
Il s'est inspiré des couleurs des équipes ainsi que des chants des supporters.

Essayez d'identifier à quelle équipe se rapporte chacune des affiches suivantes.





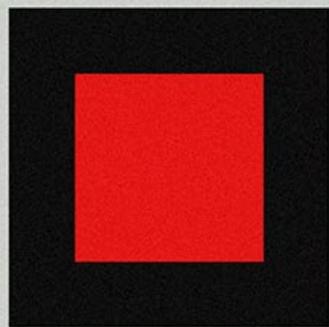
DAS
RUNDE



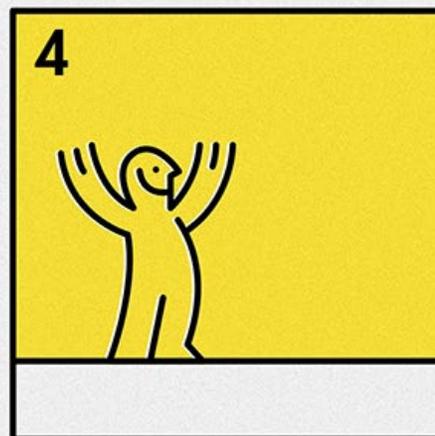
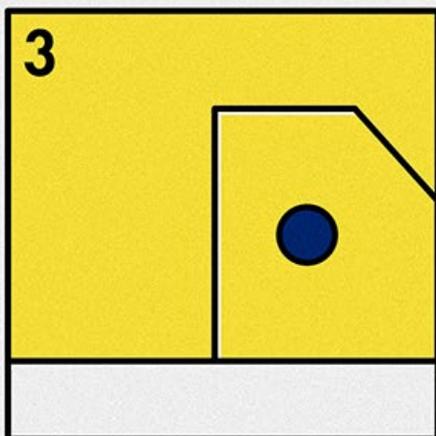
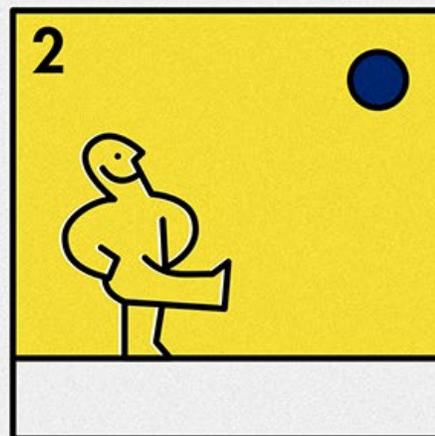
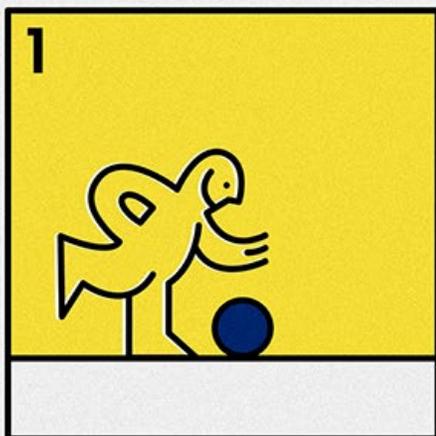
MUSS
INS

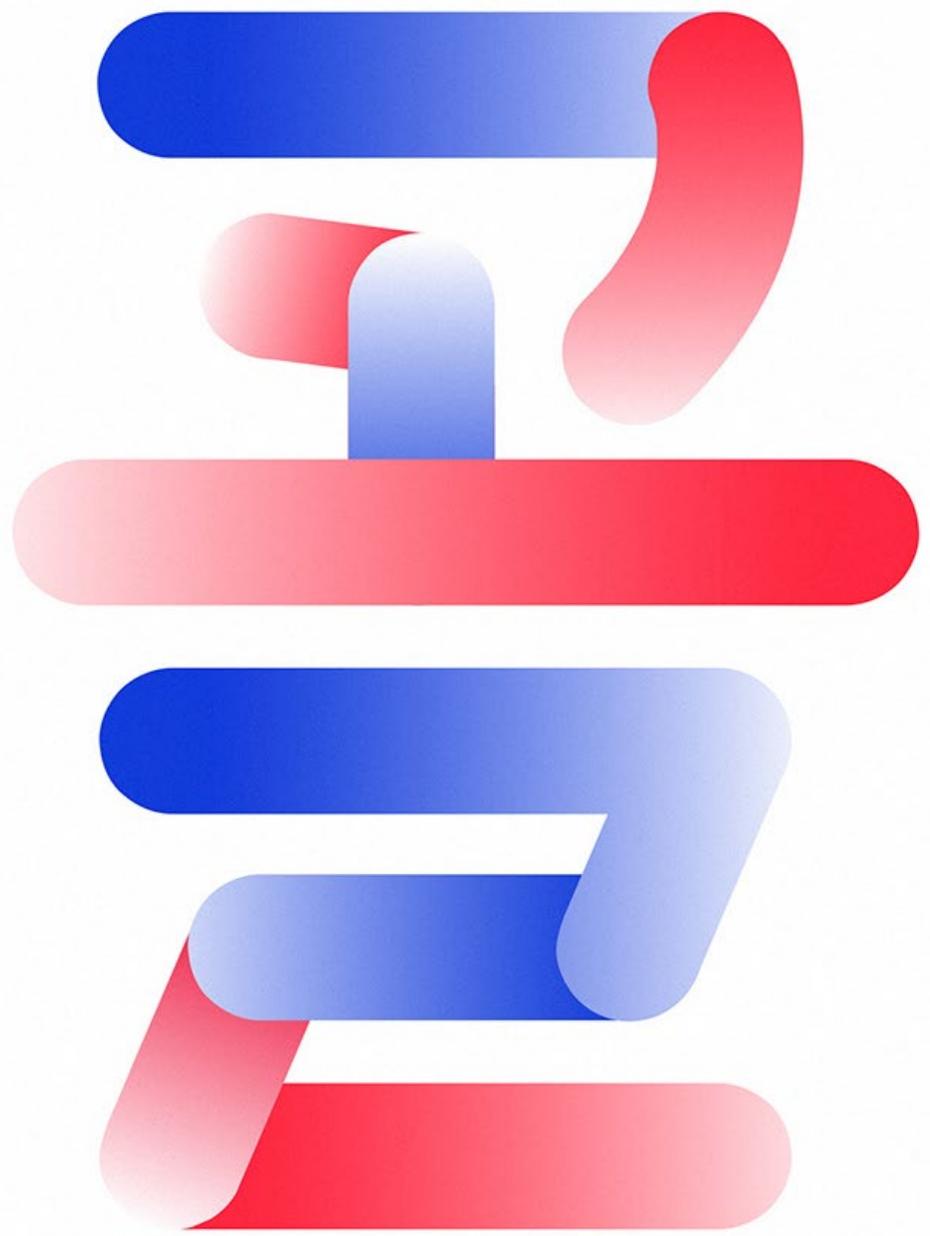


ECKIGE



IN MED BOLLEN I MÅL

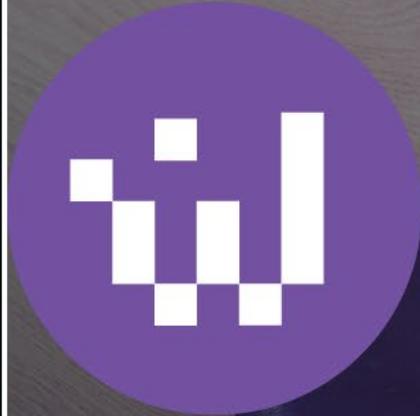






L'ensemble des affiches FIFA World Cup 2018 réalisé par Tom Anders Watkins

<https://www.behance.net/gallery/67263389/World-Cup-Fan-Chant-Posters>



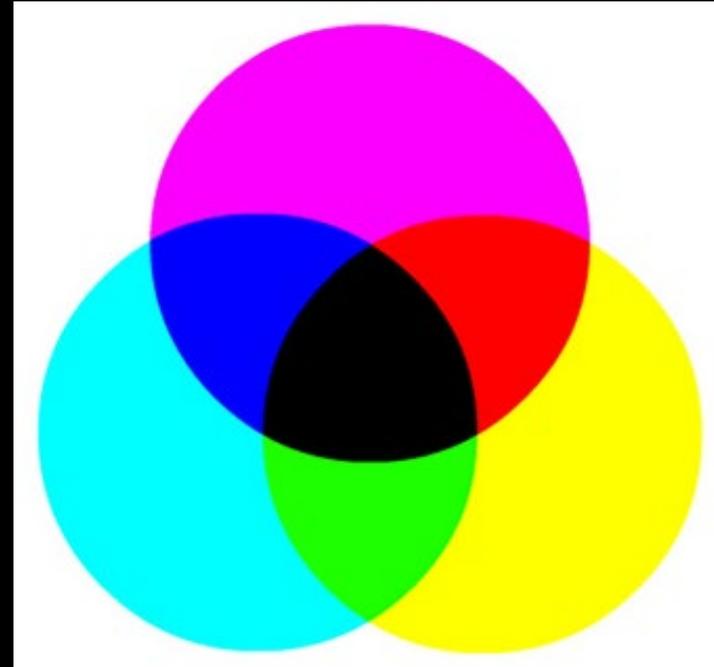
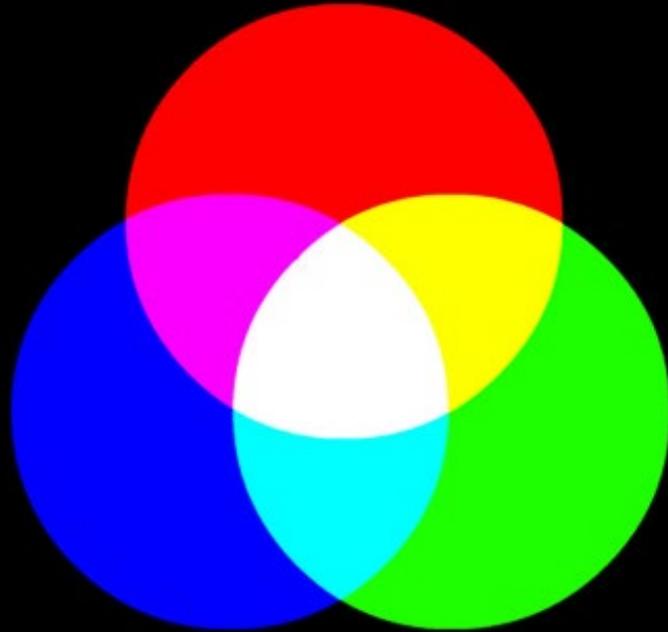
WEB TECHNOLOGIES

II. COULEURS





Matière ou lumière ?





RVB

Physique :

Le blanc est une addition des 3 couleurs primaires de la lumière que sont **le vert, le rouge et le bleu**.

On utilise le RVB pour tout ce qui concerne les écrans.



CMJN

Chimie :

Le blanc est une absence de matière et l'addition des 3 couleurs primaires (**cyan, jaune et magenta**) donne un **neutre** (gris moyen).

On utilise le CMJN pour l'impression numérique.



Attention !

Un écran peut afficher correctement toutes les valeurs CMJN.

Une imprimante ne peut pas imprimer toutes les couleurs RVB.

Attention donc aux couleurs non imprimables et vérifiez toujours votre mode de couleur avant de vous lancer.



Cercle chromatique

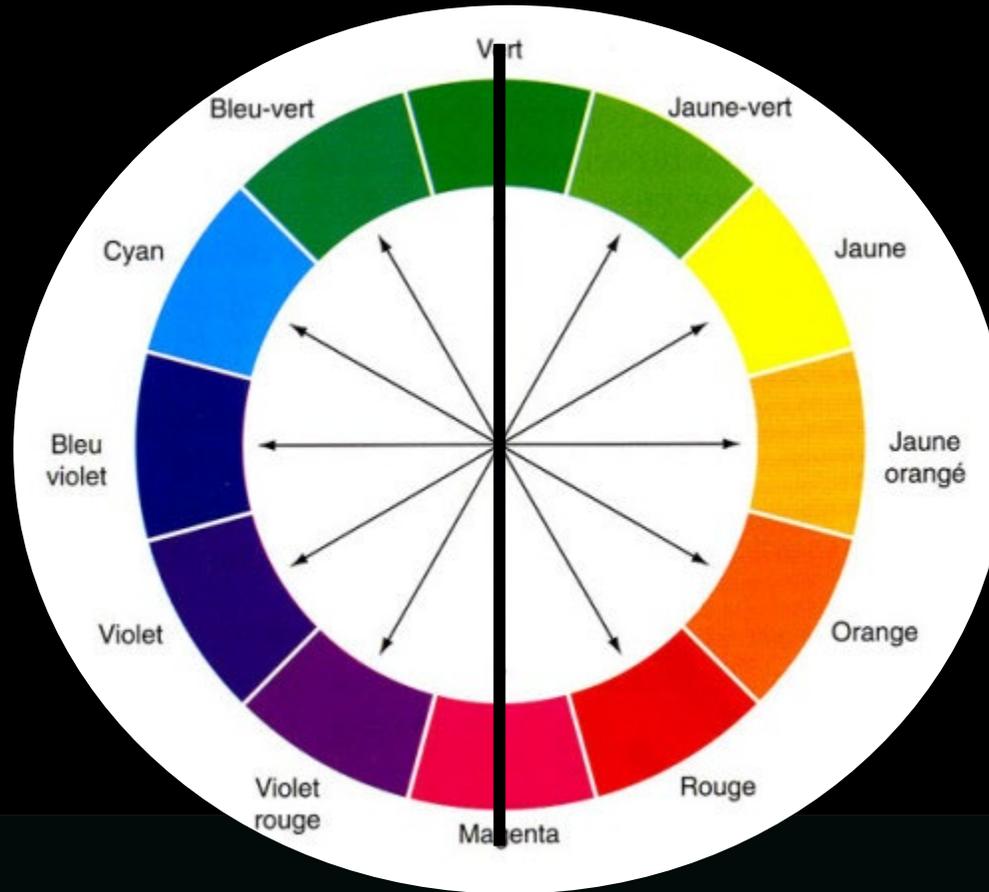




Chaud ou froid ?

Froid

Chaud





Symbolique des couleurs

L'interprétation des couleurs est **subjective**. Elle varie d'une **culture** à l'autre et d'une personne à l'autre.



Couleurs chaudes

Feu

Soleil

Énergie

Passion

Violence

Rage

Couleurs froides

Nuit

Nature

Froid

Calme

Sérieux

Apaisement



Quelques exemples...

Bleu : confiance, calme, fraîcheur,...

Rouge : amour, passion, danger,...

Jaune : chaleur, optimisme, joie, ...

Vert : nature, chance, espoir, équilibre, ...

Violet : délicatesse, spiritualité, rêve, mélancolie, ...

Orange : dynamisme, énergie, créativité, ...

Noir : mystère, élégance, tristesse, obscurité, ...

Blanc : pureté, froid, douceur, innocence, ...



Cultures

Bleu en Chine : immortalité et cieux, mais donc mort

Rouge en Chine : chance, succès

Rouge en Afrique : deuil

Blanc en Orient : deuil

Orange au Moyen-Orient : deuil et perte

Vert au Mexique : couleur nationale qui symbolise l'indépendance

...



Couleurs neutres

Le noir, le gris, le beige, le brun et le blanc sont des couleurs **neutres**.

Elles sont souvent associées à des couleurs vives.

Elles sont idéales pour le **fond** de planches, dossier de présentation, site web, etc.



Exercice

Prenez un site web d'une entreprise de votre choix.

Identifiez les couleurs et ce qu'elles signifient par rapport à la marque.

Quel le message ?

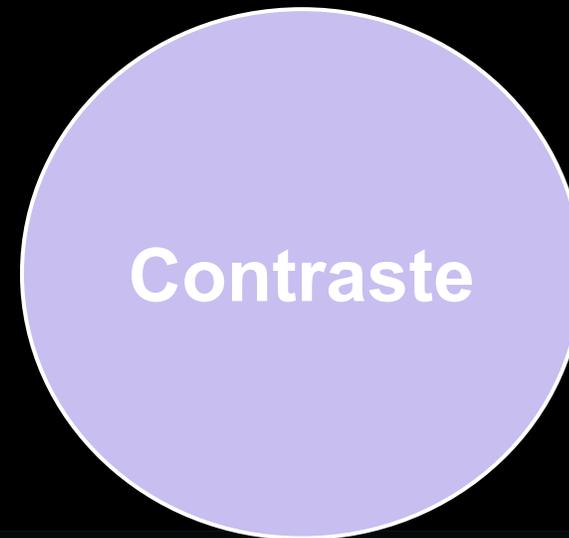
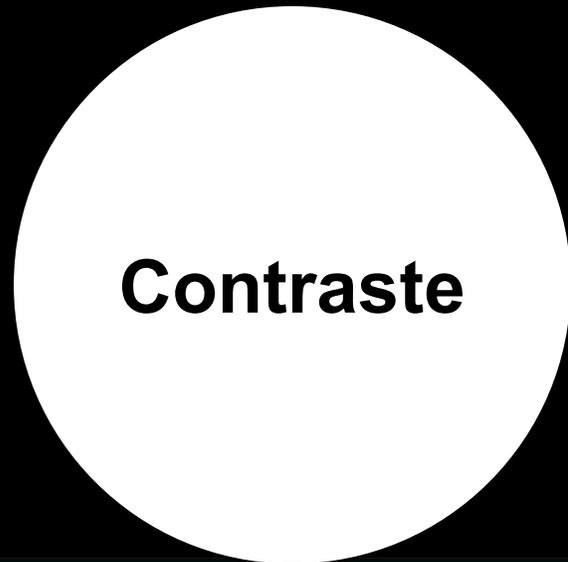


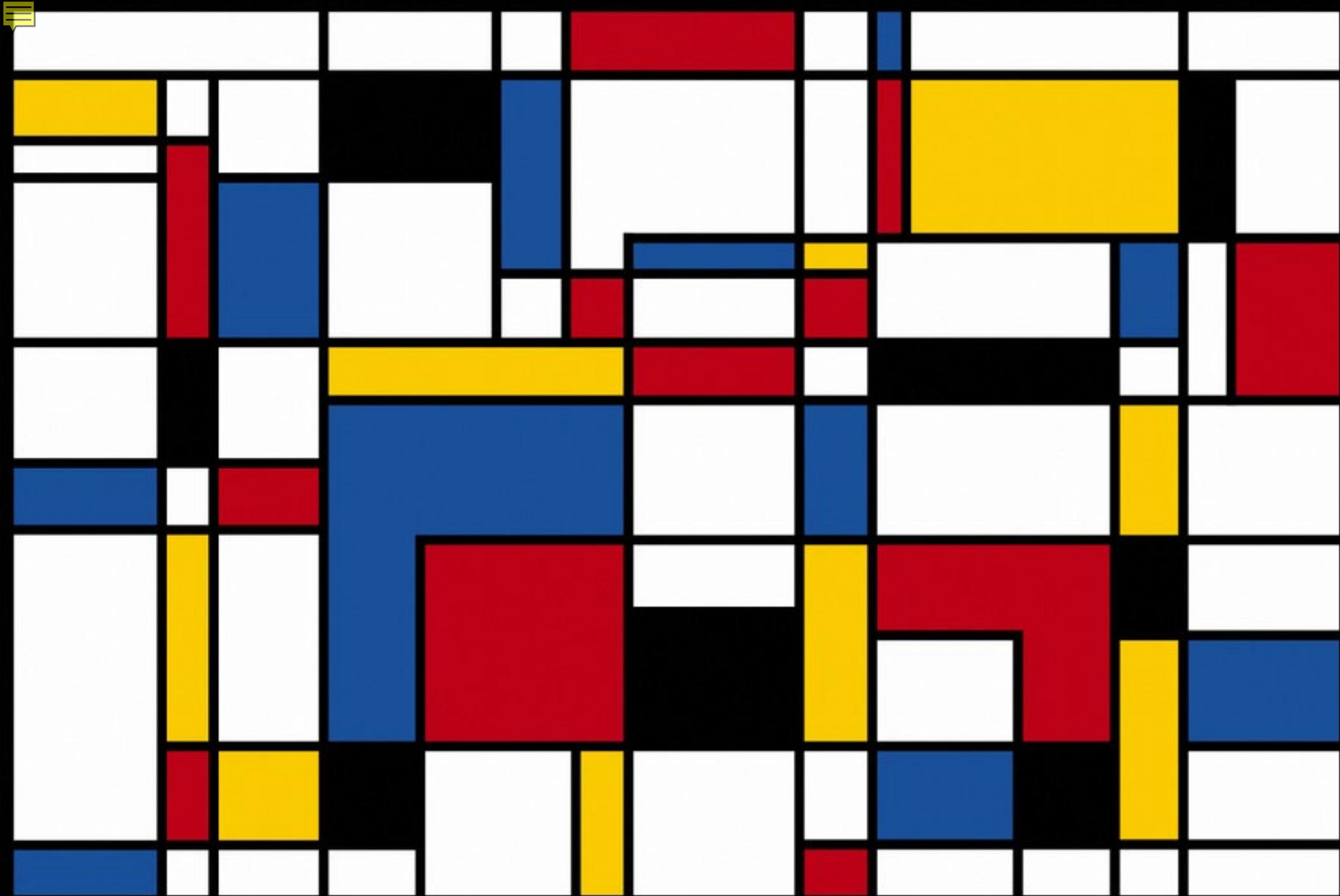
Contrastes



Contraste

Opposition de deux choses dont l'une fait ressortir l'autre.





Composition II
Piet Mondrian



Le Souper à Emmaüs
Le Caravage



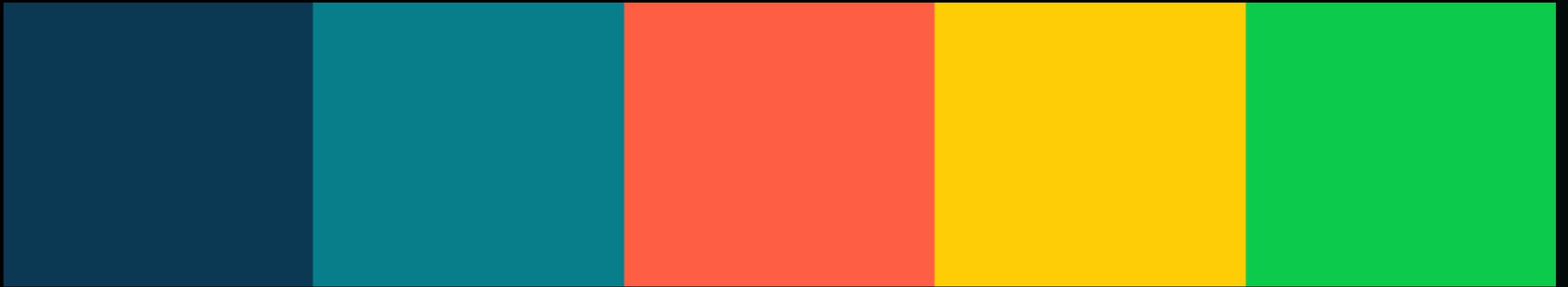
Orange and Blue
William Wray



La Nuit étoilée
Van Gogh



Créer une palette de couleur





Exercice

Choisissez un élément graphique de votre choix (affiche, publicité, site web, logo).

Identifiez le nombre de couleurs utilisées et leur signification.

Quels sont leurs rôles ?

Qu'expriment-elles ?



Qu'est-ce qu'une palette ?

Chaque réalisation graphique (site, brochure, flyer, etc.) possède une **palette**.

Il faut définir la palette **avant de réaliser quoi que ce soit**.

Une palette comporte en moyenne **5 couleurs**.



Déclinaison des couleurs

Teinte

Pureté

Saturation

Luminosité

Tons

Ombres

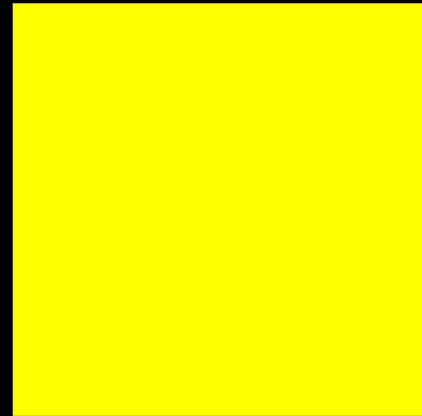
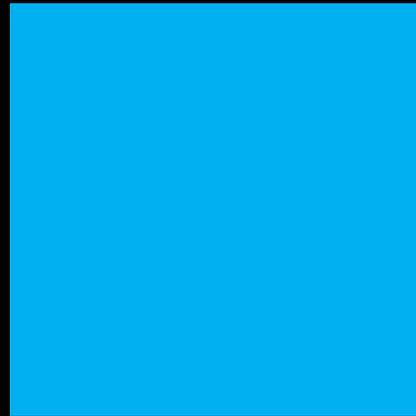
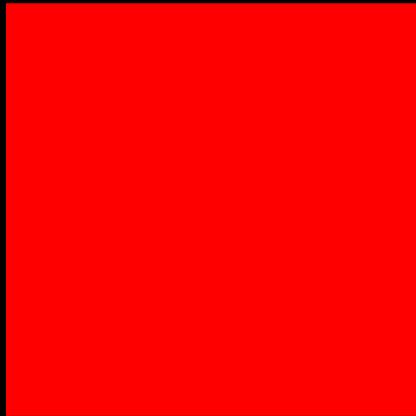
Nuances



Teinte

C'est un autre nom pour parler de la couleur.

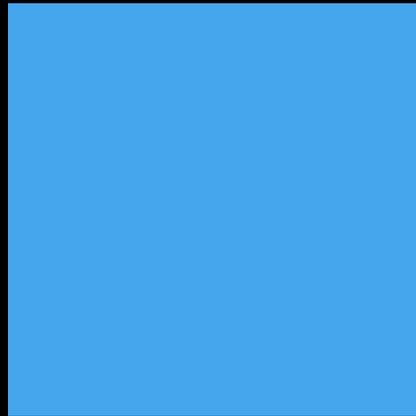
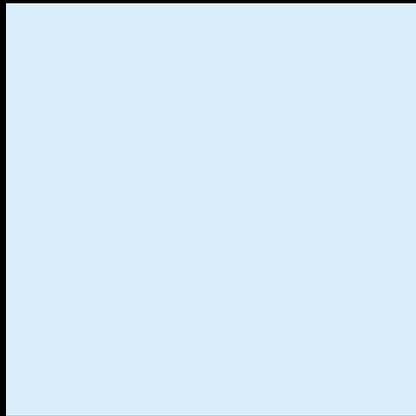
Une teinte peut aussi être un mélange de deux couleurs.





Pureté

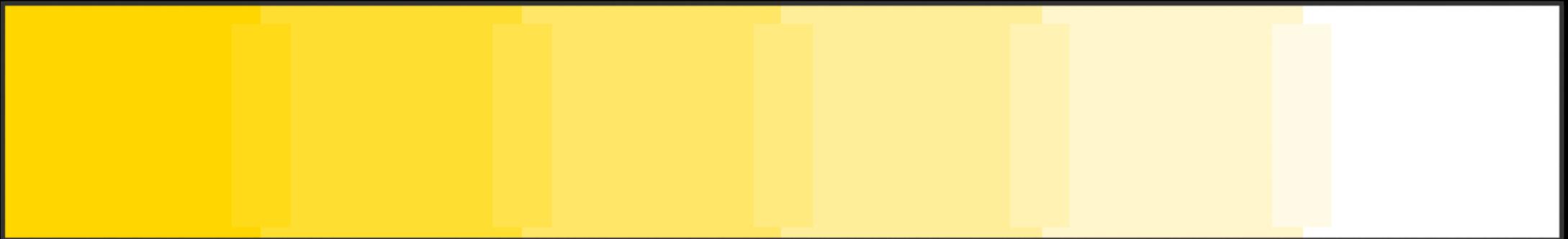
Moins on ajoute du blanc, du noir ou du gris, plus une couleur est pure.





Saturation

La saturation définit si une couleur est forte ou faible.
Une couleur saturée est forte.





Luminosité

Une couleur peut être plus ou moins lumineuse.





Tons

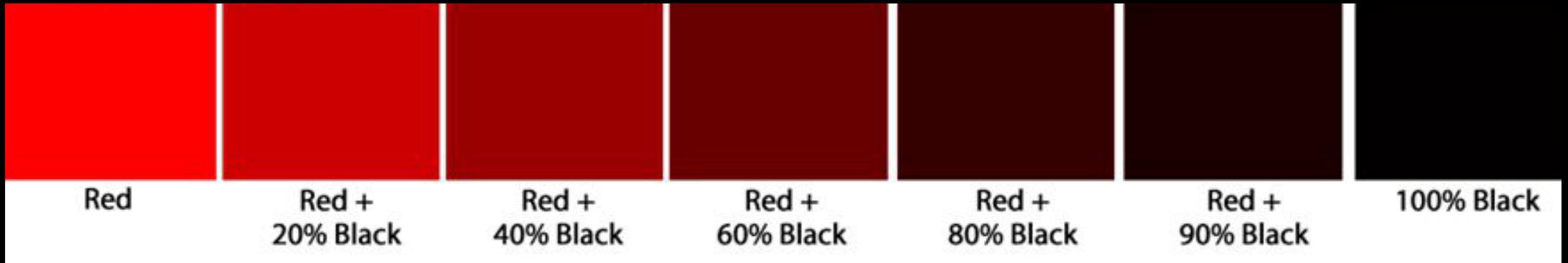
Les tons sont créés en ajoutant plus ou moins de gris à la teinte. Le gris adoucit une couleur en la rendant plus terne.





Ombre

On crée un ombre en ajoutant du noir, ce qui rend la couleur plus sombre.





Nuance

On crée une nuance en ajoutant du blanc, ce qui éclaircit la couleur.





La palette monochromatique

On utilise qu'une seule teinte.

La teinte est ensuite déclinée.

Avantage : On minimise le risque d'erreurs.

Inconvénient : On est limité dans le choix des couleurs.





La palette analogue

On choisit 3 couleurs qui se suivent sur le cercle chromatique.

On apporte des variations grâce aux déclinaisons.

Avantage : On a 3 couleurs de même pureté.

Inconvénient : Plus difficile à maîtriser.





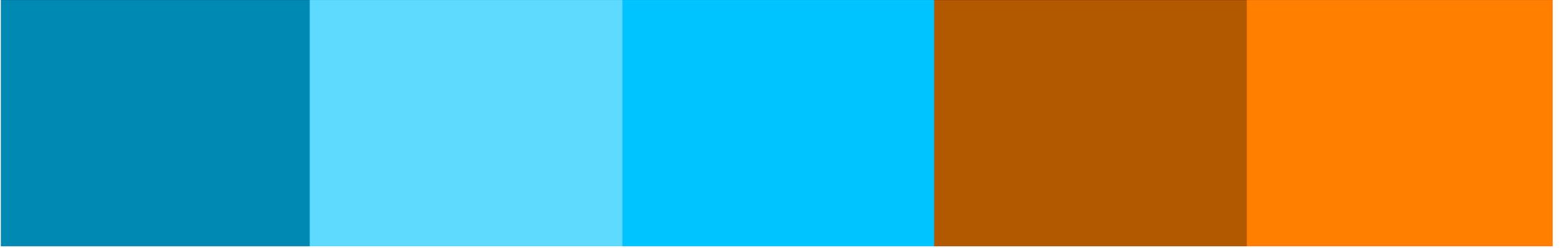
La palette complémentaire

On choisit 2 couleurs qui s'opposent sur le cercle chromatique.

On apporte des variations grâce aux déclinaisons.

Avantage : Les couleurs complémentaires donnent du relief.

Inconvénient : Le contraste peut être compliqué.





La palette complémentaire triadique

On choisit 3 couleurs qui sont espacées de manière égale sur le cercle chromatique.

Avantage : On a une grande diversité de couleur.

Inconvénient : Difficile à réaliser.





La palette personnalisée

On ne suit aucun schéma.

Avantage : Diversité totale des couleurs

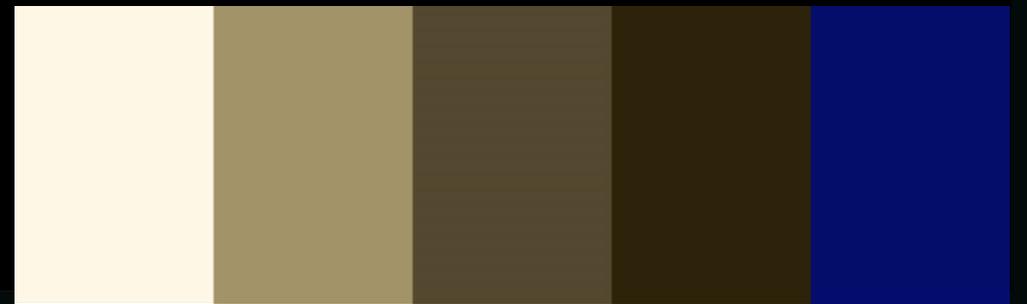
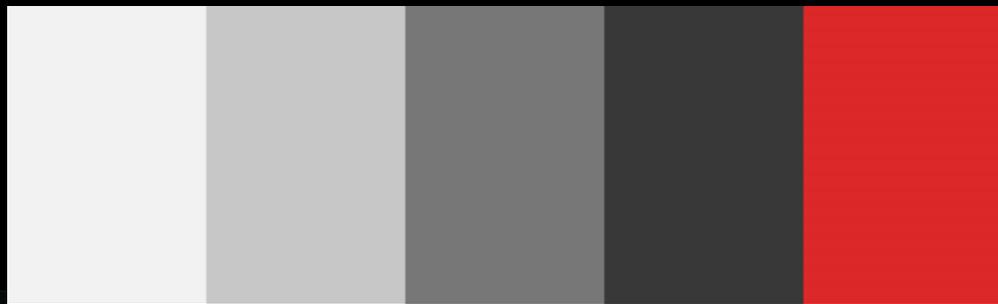
Inconvénient : Très difficile à réaliser et grand risque d'erreur.

Pour garder une unité, on garde un dénominateur commun :
saturation, pureté, luminosité, ...





Schémas faciles





Quelques outils

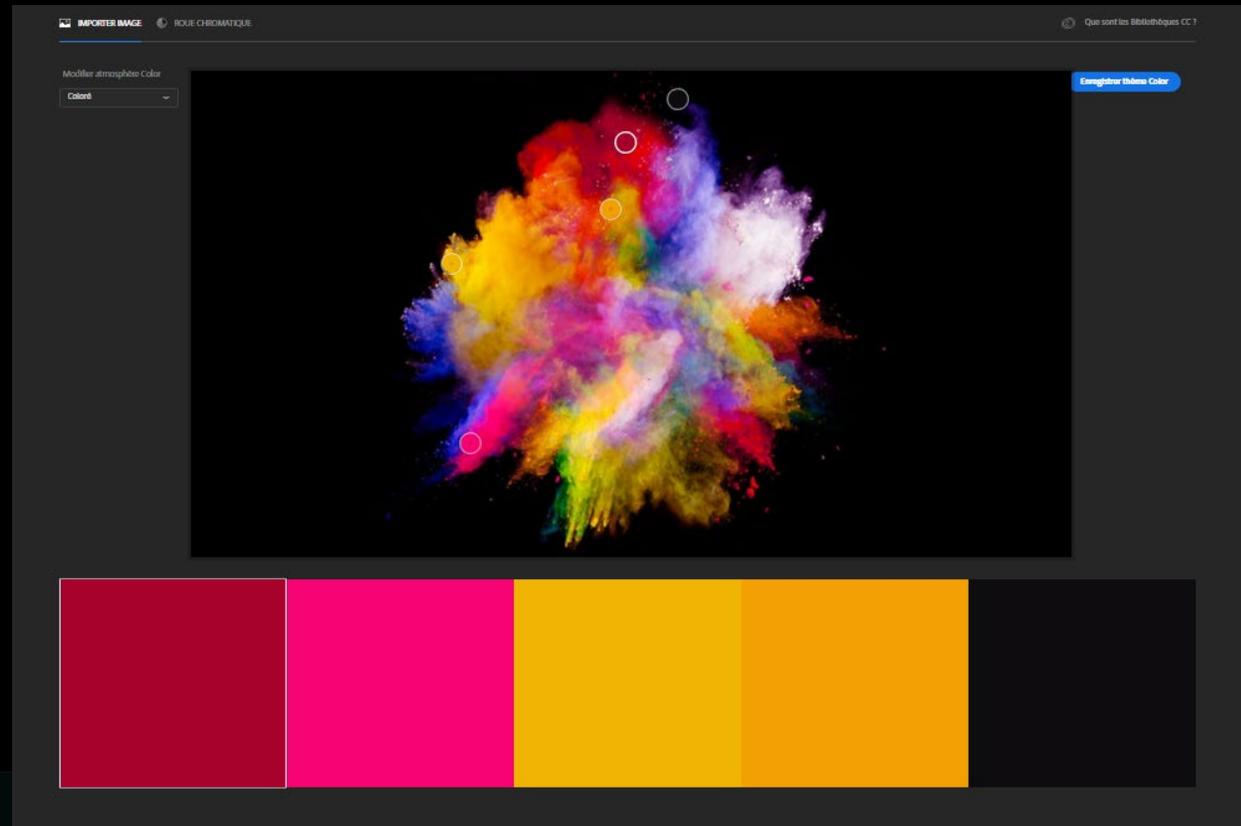
color.adobe.com

colors.co

webdesignrankings.com/resources/lolcolors



Palette à partir d'une photo





#626D71

slate

#CDCDC0

ceramic

#DDBC95

latte

#B38867

coffee

Canva



#4897D8
electric
blue

#FFDB5C
banana

#FA6E59
watermelon

#F8A055
canteloupe



#75B1A9

sky

#D9B44A

sunglow

#4F6457

mountains

#ACD0C0

mist



Exercice

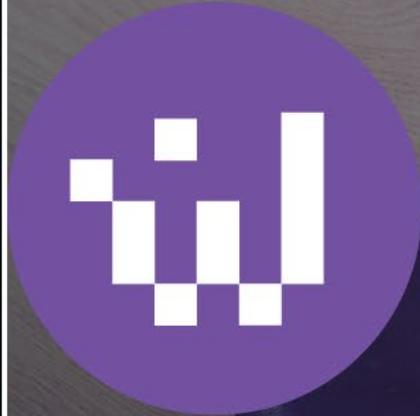
Réalisez une palette de couleur pour une entreprise d'ameublement dont les valeurs sont l'écologie, l'efficacité et la rapidité.

Définissez le type de palette puis les couleurs en utilisant un des outils présentés plus haut.

Expliquez vos choix.



Questions ? Remarques ?



WEB TECHNOLOGIES

III. TYPOGRAPHIE





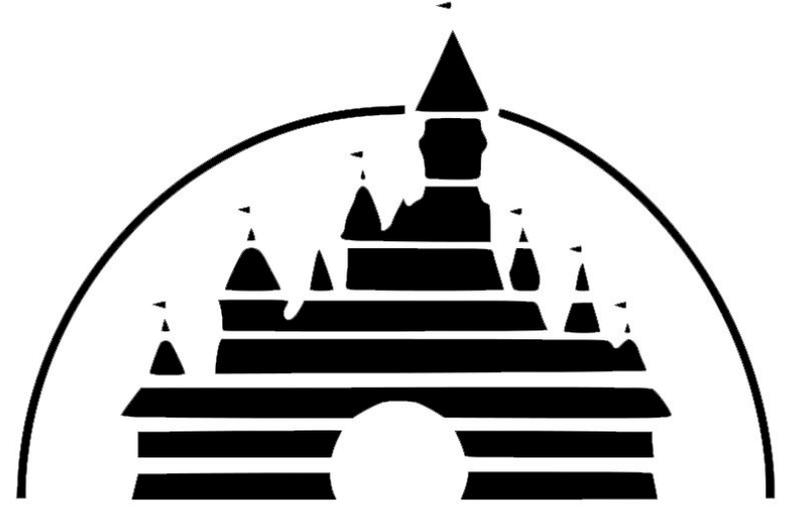
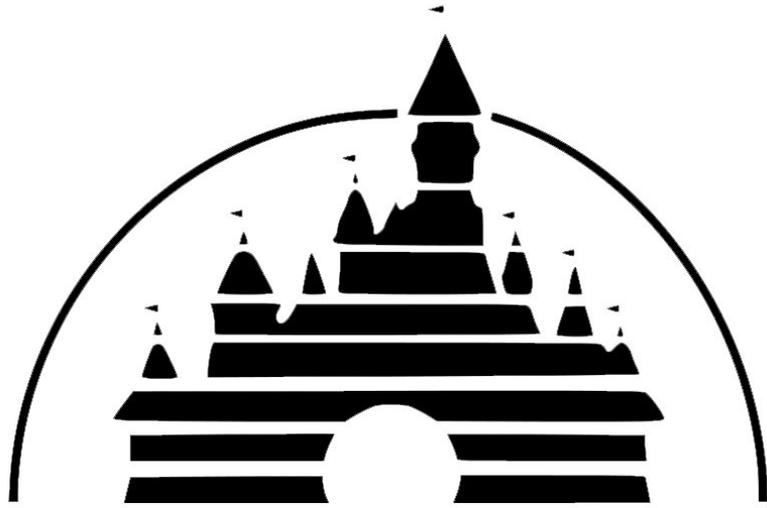
Exercice

Quelle marque a selon vous la meilleur typographie ?

Pourquoi ?

Quelle marque a selon vous la pire typographie ?

Pourquoi ?



WALT Disney

WALT DISNEY

Barbie

Heavy Metal

SAE Institute



La typographie, c'est quoi ?

Du grec τυπος qui signifie empreinte et γράφειν qui signifie écrire

Définition :

Art d'agencer les textes avec des caractères, « types », pour l'imprimerie ou pour tout autre support.

Le but de la typographie est **d'attirer l'attention** et de captiver le lecteur.

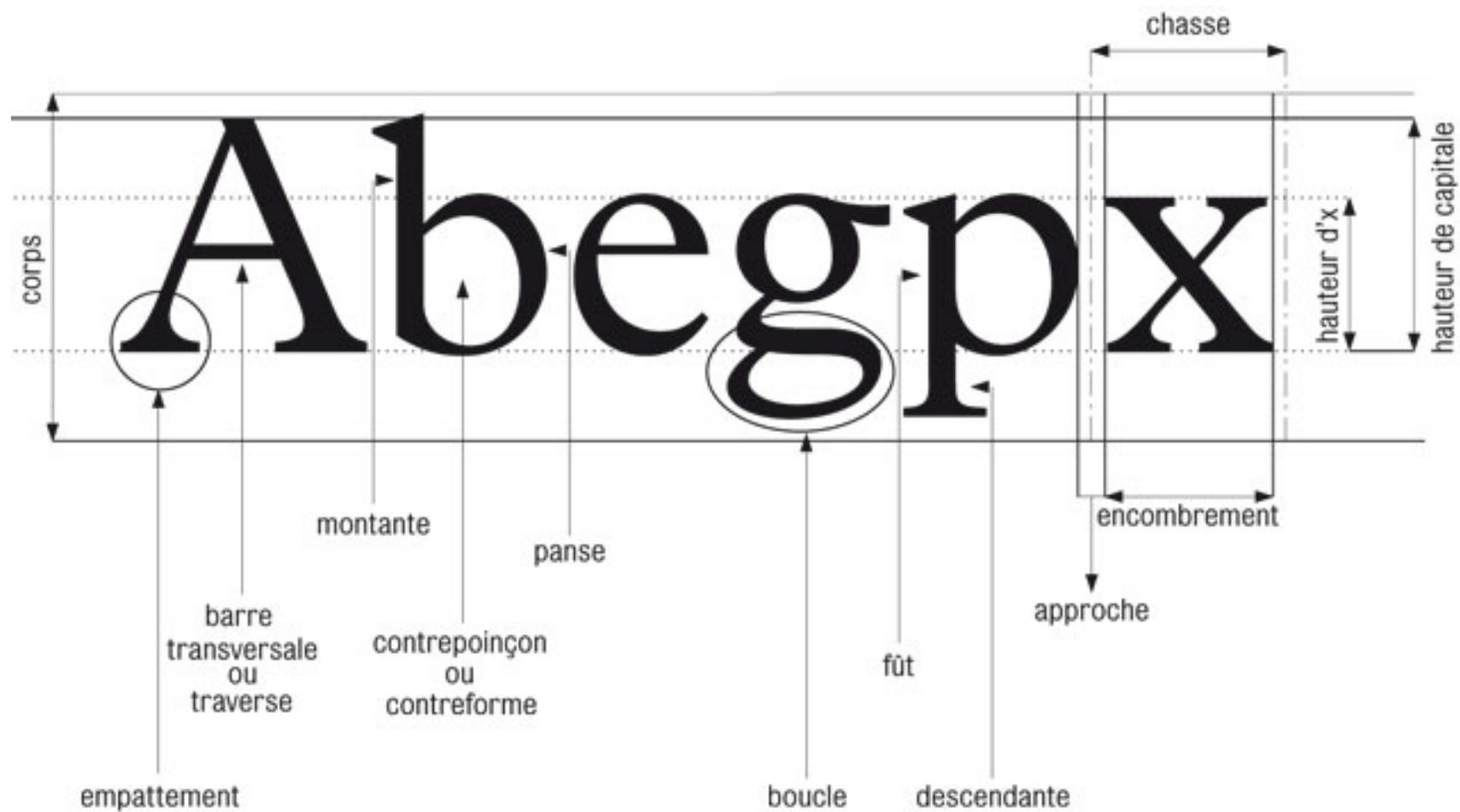


Graphiste vs typographe

Un graphiste n'est pas forcément un typographe.

Un typographe **crée** les typographies.

Un graphiste les utilise **judicieusement**.





sans serif



serif



	condensed	normal	extended
ultra-light	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>
thin	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>
light	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>
normal	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>
medium	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>
bold	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>
heavy	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>
black	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>	Helvetica <i>Helvetica</i>



Alignement

Aligné gauche

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Centré

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Aligné droite

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Justifié

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.



Choisir la bonne typographie

Quel est le ton du projet ?

Titre ou contenu ?

Plusieurs typographies ?

Big Al's
Harley-Davidson
Riding Club

BE **VERY VERY**
CALM. NOW.



MOD TACO

TACOS

All Tacos served on soft shell white corn tortilla and topped with Pico De Gallo & Guacamole. Spicy available upon request.

TAQUITOS

Rolled and quickly fried with Pico De Gallo, Poblano Peppers & Guacamole

CHICKEN, BEEF, VEGGIE 3 for \$6

TOSTADAS

Corn tortilla fried to a crisp with Queso, Pico De Gallo & Guacamole



BAD TACO

TACOS

ALL TACOS SERVED ON SOFT SHELL WHITE CORN TORTILLA AND TOPPED WITH PICO DE GALLO & GUACAMOLE. SPICY AVAILABLE UPON REQUEST.

TAQUITOS

ROLLED AND QUICKLY FRIED WITH PICO DE GALLO, POBLANO PEPPERS & GUACAMOLE
CHICKEN, BEEF, VEGGIE 3 FOR \$6

TOSTADAS

CORN TORTILLA FRIED TO A CRISP WITH QUESO, PICO DE GALLO & GUACAMOLE





Maximum 3 fonts différentes

Primaire : le plus imposant. Il doit capter l'attention.

Secondaire : les éléments qui viennent compléter les titres primaires.

Tertiaire : le corps du texte.



LET ME **TELL YOU** SOMETHING YOU ALREADY
KNOW. THE WORLD IS SUNSHINE
AIN'T A & RAINBOWS.
S A VERY **NASTY** PLACE & HOW
MEAN & I DON'T **TOUGH**
YOU **WILL** BEAT YOU TO **KNEES**
ARE **YOUR** YOUR
& **KEEP** PERMANENTLY
YOU THERE IF YOU LET IT.
YOU, OR **NOBODY**
S GONNA HIT
AS **A** **LIFE.** BUT IT AIN'T ABOUT
HARD HOW HARD YA HIT.
IT'S ABOUT HOW YOU CAN GET **HIT** &
KEEP MOVING HOW MUCH YOU CAN
FORWARD. **TAKE** &
KEEP MOVING FORWARD THAT'S HOW
WINNING S DONE!

ROCKY BALBOA



Où trouver des typos gratuites ?

dafont.com

1001freefonts.com

fonts.google.com

fonts.adobe.com



Où trouver des typos payantes ?

fonts.adobe.com

linotype.com

monotype.com



Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam et elit tempor, interdum ipsum in, euismod massa. Donec at porttitor felis, id vestibulum orci. Donec nec elit ut nisi fermentum ultrices eget quis ex. Aenean imperdiet nunc a urna viverra lacinia. Vestibulum quis nulla efficitur lectus maximus tempor et in metus.



Petite pause

boredpanda.com/text-design-fails/



Exercice

Choisissez 3 typographies originales.

Définissez si elles sont serif ou sans serif.

Expliquez le message qu'elles transmettent.

Imaginez une marque / entreprise qu'elles pourraient représenter.



Pas de Comic Sans MS !



Et encore...

<https://en.99designs.ch/blog/tips/the-best-and-worst-typefaces-and-why/>

<https://www.ranker.com/list/funny-font-fails/nathandavidson>



Questions ? Remarques ?



Merci !