



WEBFORCE
BE THE CHANGE



TRAVAUX PRATIQUES – FILIÈRE DIGITAL DESIGN
M103 – EXPLOITER LES RÈGLES DU GRAPHISME DANS LES SOLUTIONS
DIGITALES



40 heures



SOMMAIRE

EXPLOITER LES RÈGLES DU GRAPHISME DANS LES SOLUTIONS DIGITALES

1. Connaître les significations des éléments graphiques

- Activité 1 : Identifier différents éléments graphiques
- Activité 2 : Distinguer les cas d'utilisation des couleurs
- Activité 3 : Différencier les styles de typographie

2. S'appuyer sur les règles élémentaires du graphisme

- Activité 1 : Distinguer des identités visuelles différentes
- Activité 2 : Utiliser des styles graphiques
- Activité 3 : Comprendre la mise en place de production

3. Utiliser les codes propres à un secteur

- Activité 1 : Repérer divers secteurs d'activité
- Activité 2 : Distinguer les spécifications graphiques

4. Appréhender la hiérarchisation de contenus selon le support

- Activité 1 : Comprendre les principes de hiérarchie visuelle
- Activité 2 : Distinguer les éléments principaux des éléments secondaires

5. Construire les bases d'une identité visuelle

- Activité 1 : Construire une réflexion créative
- Activité 2 : Repérer la cohérence visuelle dans une identité
- Activité 3 : Rédiger la charte graphique



WEBFORCE
BE THE CHANGE



PARTIE 1

CONNAITRE LES SIGNIFICATIONS DES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Dans ce module, vous allez :

- Identifier les éléments graphiques
- Distinguer les couleurs
- Différencier les styles de typographie



6 heures



ACTIVITÉ n° 1

IDENTIFIER DIFFÉRENTS ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Compétences visées :

- Connaître le vocabulaire technique lié à la conception d'interface utilisateurs
- Distinguer des types d'élément graphiques (vectoriel, bitmap, médias)

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



1 heure

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

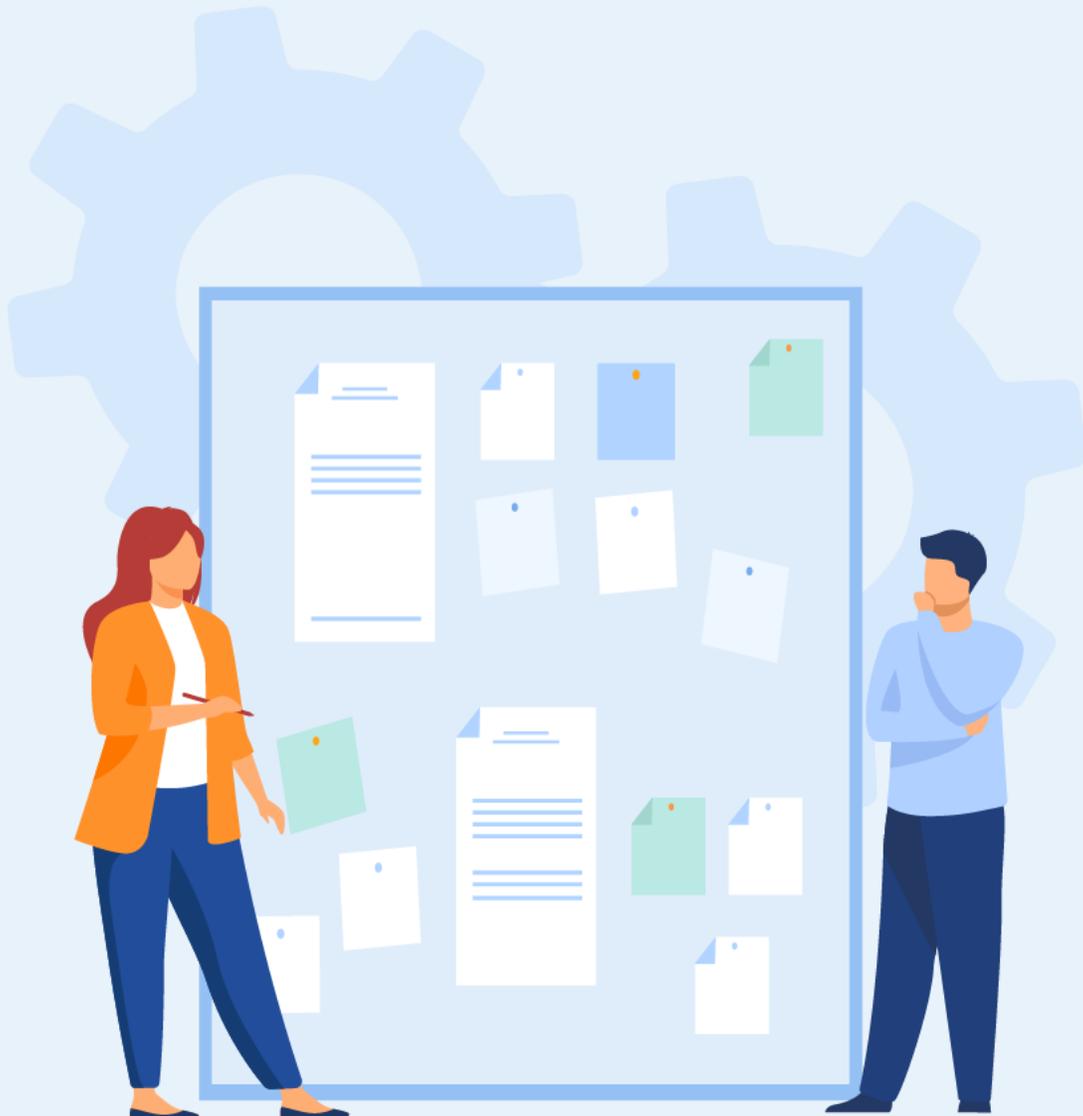
- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Connaître le vocabulaire technique lié à la conception d'interface utilisateurs
 - Distinguer les types d'élément graphiques (vectoriel, bitmap, médias)
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions

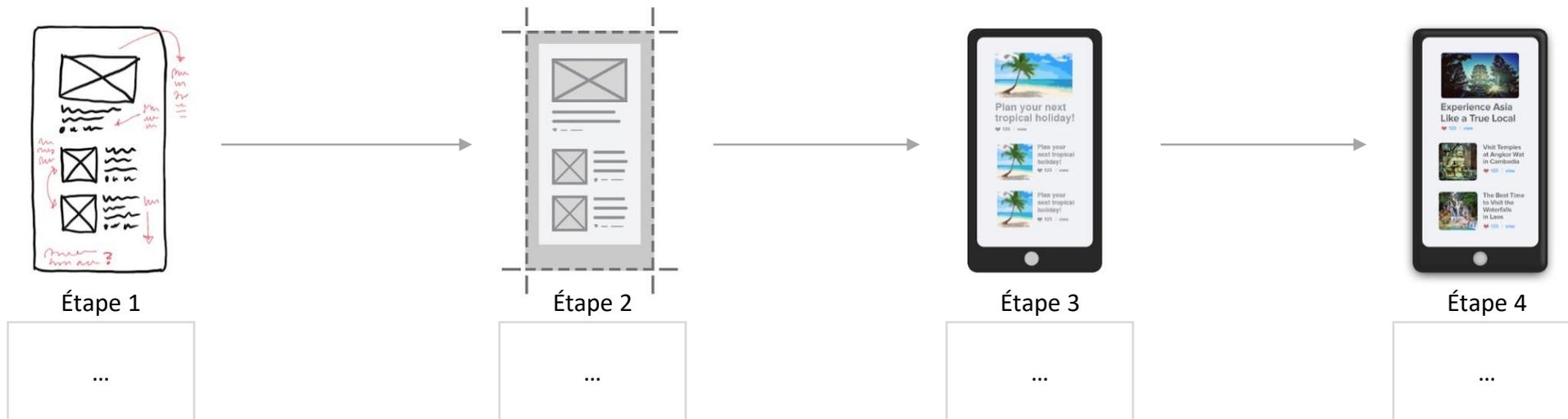


Activité 1 : Identifier différents éléments graphiques

Identifier différents éléments graphiques

Exercice 1 :

Mounir souhaite développer une application mobile pour son projet de guide de voyage. Il fait appel aux services de son ami Fares qui lui demande de lui envoyer la conception des interfaces utilisateur de son application. Aidez Mounir à reconnaître les différentes étapes de conception des interfaces utilisateur et l'utilité de chacune.



A vous de jouer !

Précisez le nom de chaque étape et écrivez dans le carré adéquat la description qui lui convient le plus.

Une représentation proche à un produit final mais sans les interactions.

La représentation la plus basique de l'idée, rapide et généralement réalisée à main levée sur papier.

Contient les interactions entre les composants de l'interface.

Décrit efficacement les structures et les mises en page de l'interface utilisateur.

Activité 1 : Identifier différents éléments graphiques



Identifier différents éléments graphiques

Exercice 2 :

En plus de l'application mobile, Mounir pense également à créer un logo pour son projet.

Fares lui conseille de trouver un bon Graphic Designer pour concevoir une identité visuelle (un logo, une palette de couleurs, les typographies, etc.) qui permet de représenter son projet et d'assurer la cohérence entre les différents supports de communication.

Aidez Mounir à connaître le vocabulaire des éléments graphiques pour mieux exprimer son besoin au Graphic Designer.

A vous de jouer !

Choisir la bonne réponse en justifiant votre choix.

1. L'identité de marque d'une entreprise se limite aux éléments graphiques qui permettent de l'identifier.
 - a. Oui
 - b. Non

2. Pour le cas d'une image matricielle : Plus le nombre de pixels est élevé, plus la qualité d'image est meilleure ?
 - a. Oui
 - b. Non

Activité 1 : Identifier différents éléments graphiques



Identifier différents éléments graphiques

Exercice 2 :

3. Lequel de ces deux types d'image est susceptible de devenir 'flou' lors de son agrandissement ?

- a. Image matricielle
- b. Image vectorielle

4. Quel outil de la suite Adobe est mieux adapté pour la création des illustrations vectorielles de grandes qualité même sur de grandes dimensions ?

- a. Adobe Photoshop
- b. Adobe Illustrator
- c. Adobe InDesign

5. De la liste suivante, laquelle est une alternative gratuite de l'outil Adobe Photoshop ?

- a. GIMP
- b. Scribus

Activité 1 : Identifier différents éléments graphiques

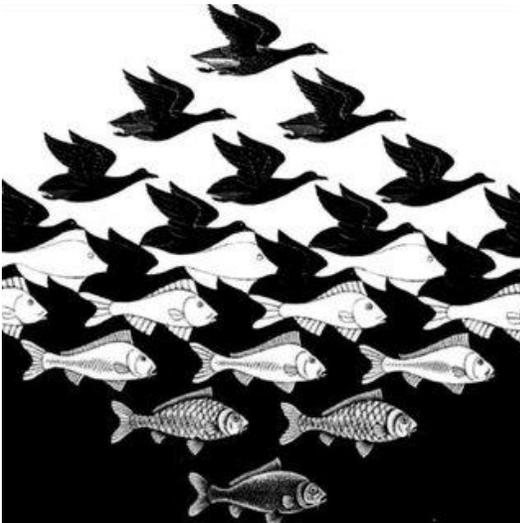
Identifier différents éléments graphiques

Exercice 3 :

Afin de mieux comprendre les éléments visuels, le Graphic Designer a envoyé à Mounir un exemple très connu : « Sky and Water I », une gravure sur bois de l'artiste néerlandais M. C. Escher, imprimée pour la première fois en juin 1938.

A vous de jouer !

Reliez chaque affirmation avec l'élément visuel qui lui correspond au mieux.



1. L'utilisation du poisson et l'évolution dans l'espace pour créer une transition vers un oiseau.
2. Les fortes lumières et les ténèbres pour créer de la profondeur.
3. Les zones vides en noir et blanc en haut et en bas de la composition pour créer des zones d'intérêt.

- a. L'espace
- b. La forme
- c. La texture

Activité 1 :

Identifier différents éléments graphiques

Identifier différents éléments graphiques

Exercice 4 :

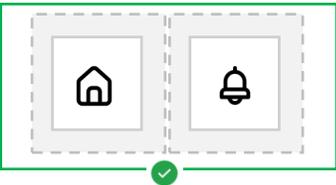
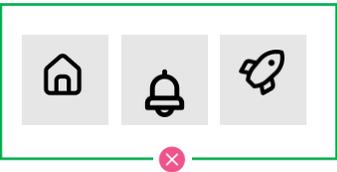
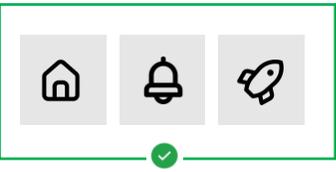
A présent, Mounir se penche sur la création d'un site web pour son projet afin d'enrichir l'expérience utilisateur des amateurs de voyage et commence par la conception des différentes interfaces pour son site.

Il fait appel à vous pour lui expliquer les recommandations déjà reçues du Graphic Designer. L'une des recommandations concerne l'utilisation des icônes.

Le Graphic Designer a corrigé les propositions qui ont été faites par Mounir (cadre rouge) en lui proposant la bonne disposition (cadre vert).

A vous de jouer !

Pour chacune des corrections faites par le Graphic Designer, précisez la règle d'utilisation des icônes en question :

1.		
2.		
3.		
4.		

a. Dégagement

b. Alignement

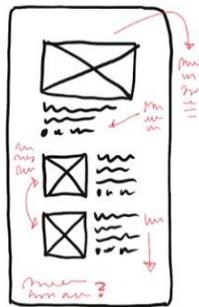
c. Couleurs (Uniformité)

Activité 1 : Correction



Correction

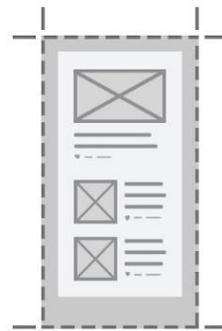
Exercice 1 :



Étape 1

Sketch

La représentation la plus basique de l'idée, rapide et généralement réalisée à main levée sur papier.



Étape 2

Wireframe

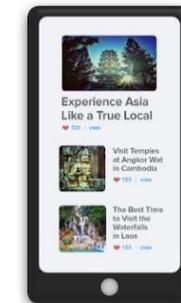
Décrit efficacement les structures et les mises en page de l'interface utilisateur.



Étape 3

Mockup

Une représentation proche à un produit final mais sans les interactions.



Étape 4

Prototype

Contient les interactions entre les composants de l'interface.

Correction

Exercice 2 :

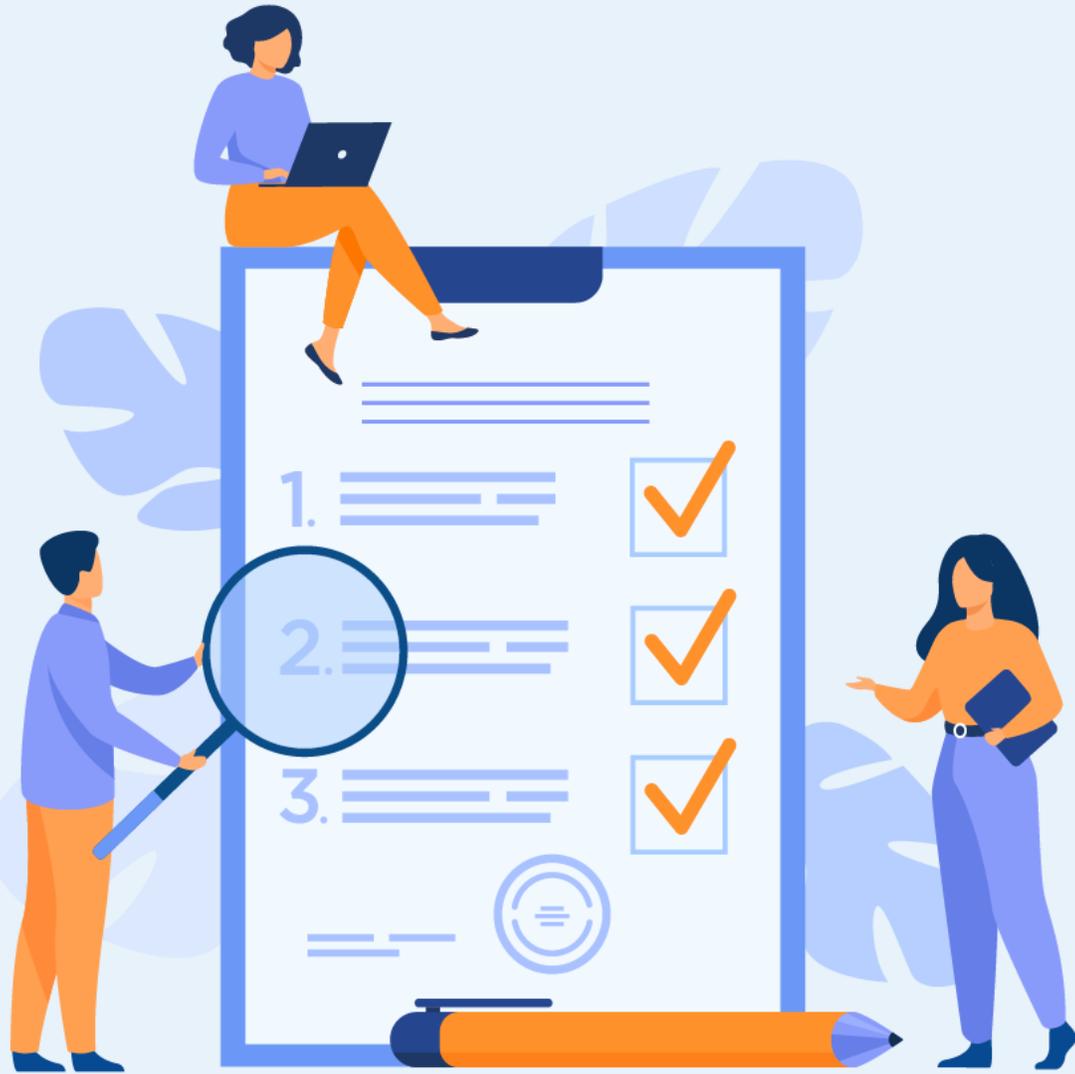
1. $1 \rightarrow b$
2. $2 \rightarrow a$
3. $3 \rightarrow a$
4. $4 \rightarrow b$
5. $5 \rightarrow a$

Exercice 3 :

1. $1 \rightarrow b$
2. $2 \rightarrow c$
3. $3 \rightarrow a$

Exercice 4 :

1. $1 \rightarrow b$
2. $2 \rightarrow a$
3. $3 \rightarrow b$
4. $4 \rightarrow c$



ACTIVITÉ n°2

DISTINGUER LES CAS D'UTILISATION DES COULEURS

Compétences visées :

- Comprendre le cercle chromatique

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



2 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

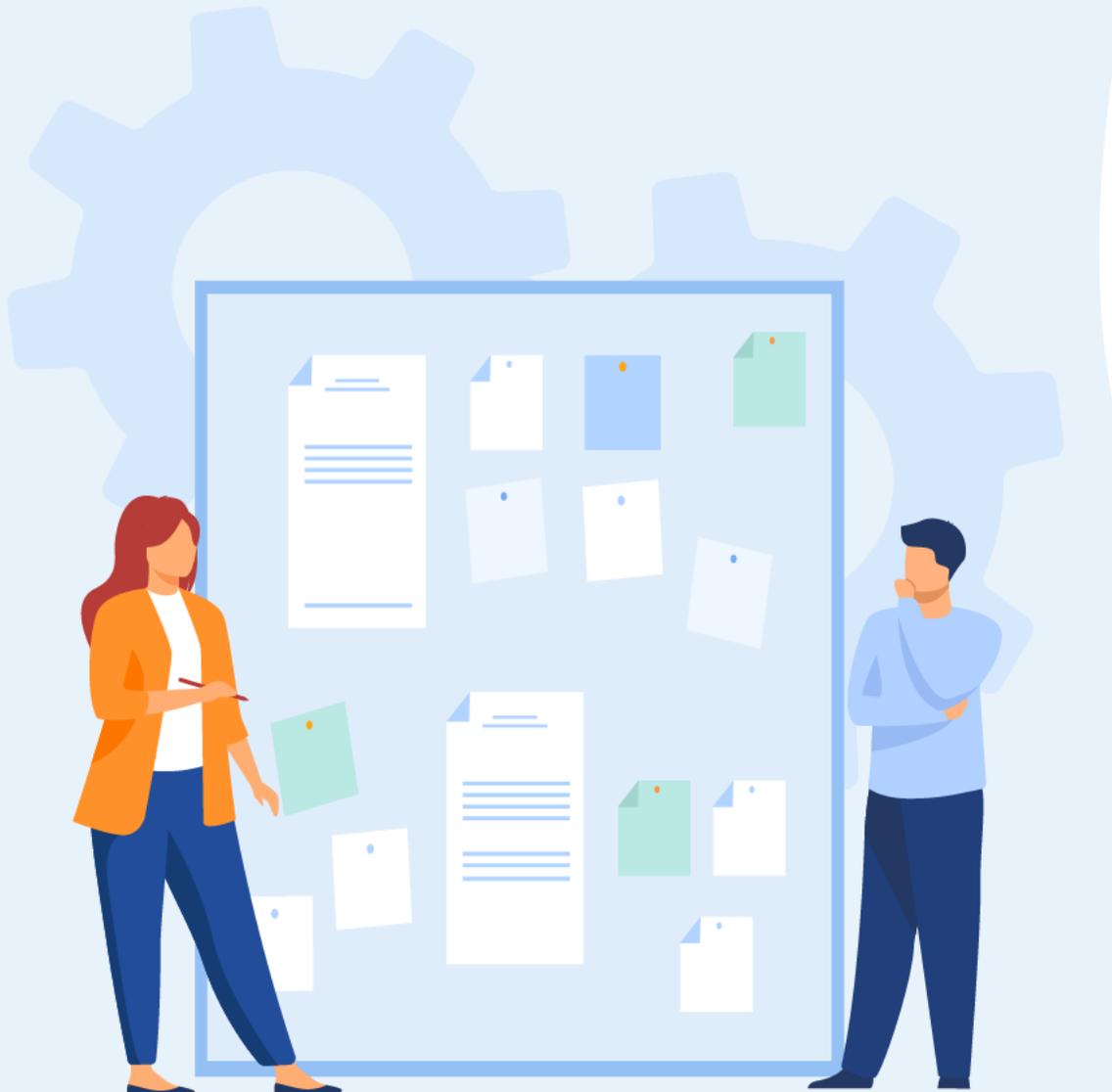
- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier
- Logiciels de PAO au choix (Adobe Photoshop ou Adobe Illustrator)

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Connaître la signification des codes des couleurs
 - Utiliser le cercle chromatique
 - Générer les palettes à partir d'une couleur spécifique
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 2 :

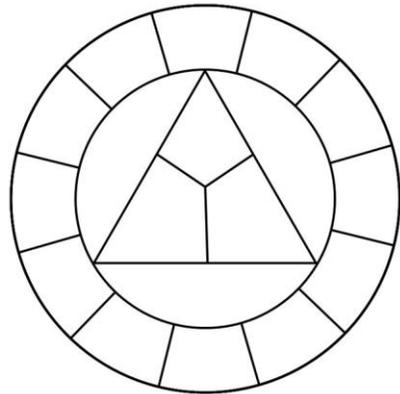
Distinguer les cas d'utilisation des couleurs



Distinguer les cas d'utilisation des couleurs

Exercice 1 :

Afin de choisir la palette des couleurs pour son projet, Mounir découvre le cercle chromatique.



A vous de jouer !

Aidez Mounir à construire le cercle chromatique en introduisant le nom de la couleur ainsi son code hexadécimal.

1. Il existe trois couleurs primaires, dites pures et impossibles à obtenir en mélangeant d'autres couleurs. Citez-les :

- a.
- b.
- c.

Activité 2 :

Distinguer les cas d'utilisation des couleurs



Distinguer les cas d'utilisation des couleurs

2. Lorsqu'on mélange deux couleurs primaires, on obtient une couleur secondaire. Citez ces trois couleurs secondaires :

- a.
- b.
- c.

3. Les couleurs complémentaires sont des couples de couleurs qui sont diamétralement opposées sur le cercle chromatique. Quels sont les trois couples de couleurs complémentaires ?

- a.
- b.
- c.

Activité 2 :

Distinguer les cas d'utilisation des couleurs

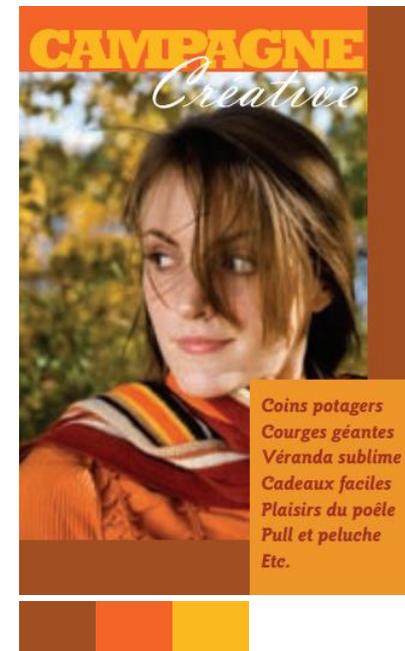
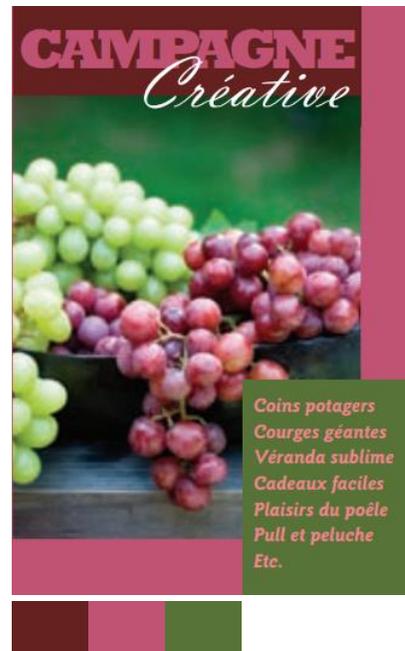
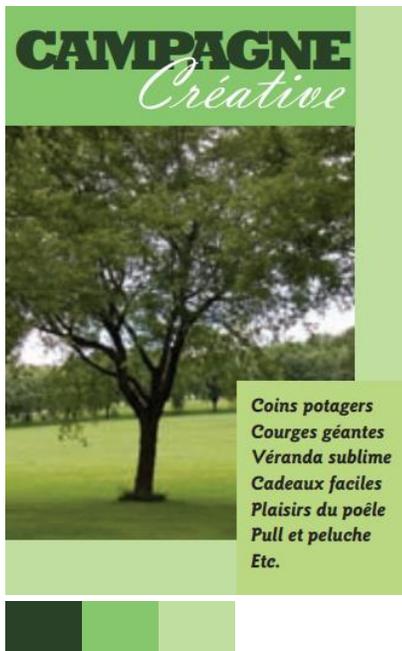
Distinguer les cas d'utilisation des couleurs

Exercice 2 :

A présent, Mounir doit choisir la palette de couleurs adéquate pour son projet.

A vous de jouer !

Pour chacune des situations suivantes, identifiez le type de palette utilisée :



Activité 2 :

Distinguer les cas d'utilisation des couleurs



Distinguer les cas d'utilisation des couleurs

Exercice 3 :

Mounir veut approfondir ses connaissances sur la construction des palettes de couleurs.

Le Graphic Design commence par lui expliquer que les 3 paramètres définissant une couleur sont les suivants :

- **La teinte** ('Hue' en Anglais) : définie sur une échelle de 360 degrés pointant des positions sur la roue chromatique
- **La saturation** ('Saturation' en Anglais) : définie sur une échelle de 0 à 100 %
- **La luminosité** ('Brightness' ou 'Value' en Anglais) : définie sur une échelle de 0 à 100 %

Ainsi en manipulant ses 3 paramètres on peut obtenir n'importe quelle couleur.

Le Graphic Designer propose alors à Mounir l'exercice suivant : Construire nos propres palettes à partir de la couleur rouge, une couleur qui rappelle le dynamisme et la passion.

A vous de jouer !

En partant de la couleur rouge, définie comme suivant :

- H : 120°
- S : 60%
- B : 90%

Et à l'aide du panneau de couleurs d'Adobe Illustrator, construisez les palettes de couleurs suivantes avec les consignes de composition indiquées.

Activité 2 :

Distinguer les cas d'utilisation des couleurs



Distinguer les cas d'utilisation des couleurs

Exercice 3 (Suite) :

1. Palette Complémentaire

-> Consignes de composition : Les Teintes complémentaires sont espacées de 180 degrés sur la roue chromatique.

Trouvez la couleur complémentaire de notre couleur principale en indiquant à la fois son code HSB et son code Hexadécimal.

2. Palette Complémentaire adjacente

-> Consignes de composition : L'une des Teintes complémentaires se scinde en deux. Par exemple, si la couleur principale est d'une teinte de 0°, les 2 complémentaires seront à une teinte de [160° + 200°].

Trouvez les 2 couleurs complémentaire-adjacentes de notre couleur principale en indiquant à la fois leurs codes HSB et son code Hexadécimal.

3. Palette Triadique

-> Consignes de composition : Le schéma triade sépare trois Teintes de 120 degrés.

Trouvez les 2 autres couleurs de la palette triadique en indiquant à la fois leurs codes HSB et son code Hexadécimal.

Activité 2 :

Distinguer les cas d'utilisation des couleurs



Distinguer les cas d'utilisation des couleurs

Exercice 3 (Suite) :

4. Palette Analogue

-> Consignes de composition : Une gamme étroite de Teintes; par exemple 20°, 30°, 40°, 50° et 60°.

Trouvez au moins 2 autres couleurs de la palette analogue de notre couleur principale en indiquant à la fois leurs codes HSB et son code Hexadécimal.

5. Palette de nuances

-> Consignes de composition : Une Teinte avec 5 luminosités

Trouvez les 4 autres nuances de notre couleur principale en indiquant à la fois leurs codes HSB et son code Hexadécimal.

6. Palette Monochromatique

-> Consignes de composition : Une Teinte avec des variations en Saturation et Luminosité.

Trouvez au moins 2 autres couleurs de la palette monochromatique de notre couleur principale en indiquant à la fois leurs codes HSB et son code Hexadécimal.

Activité 2 : Correction



Correction

Exercice 1 :

- | | | |
|-----------------------|------------------------|-----------------|
| 1. | 2. | 3. |
| a. Le bleu (#0000FF) | a. L'orange (#FF6600) | a. Bleu-Orange, |
| b. le rouge (#FF0000) | b. le violet (#6600FF) | b. Rouge-Vert, |
| c. le jaune (#FFFF00) | c. le vert (#00FF00) | c. Jaune-Violet |

Exercice 2 :

- 1 → Palette Monochrome
- 2 → Palette Complémentaire
- 3 → Palette Analogue

Correction

Exercice 3 :

1. Palette Complémentaire

- Couleur principale (**H : 120°**, **S : 60%**, **B : 90%**),
- Couleur complémentaire (**H : 300°**, **S : 60%**, **B : 90%**)

2. Palette Complémentaire adjacente

- Couleur principale (**H : 120°**, **S : 60%**, **B : 90%**)
- Couleur Complémentaire adjacente 1 (**H : 280°**, **S : 60%**, **B : 90%**)
- Couleur Complémentaire adjacente 2 (**H : 320°**, **S : 60%**, **B : 90%**)

3. Palette Triadique

- Couleur principale (**H : 120°**, **S : 60%**, **B : 90%**)
- Couleur Complémentaire adjacente 1 (**H : 240°**, **S : 60%**, **B : 90%**)
- Couleur Complémentaire adjacente 2 (**H : 0°**, **S : 60%**, **B : 90%**)

Correction

Exercice 3 (Suite) :

4. Palette Analogue

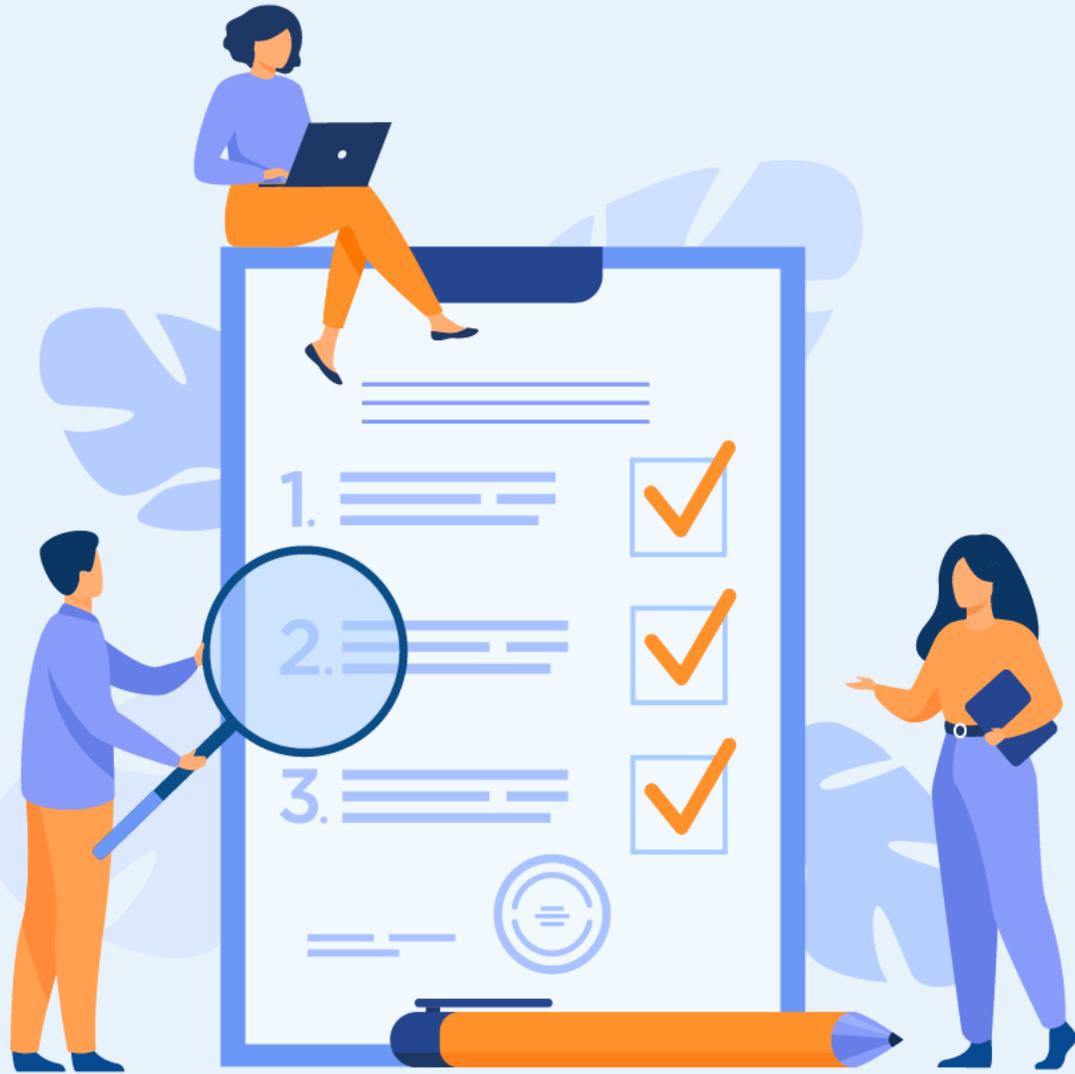
- Couleur principale (H : 120°, S : 60%, B : 90%)
- Couleur analogue 1 (H : 110°, S : 60%, B : 90%)
- Couleur analogue 2 (H : 130°, S : 60%, B : 90%)

5. Palette de nuances

- Couleur teinte 1 (principale) (H : 120°, S : 60%, B : 90%)
- Couleur teinte 2 (H : 120°, S : 60%, B : 80%)
- Couleur teinte 3 (H : 120°, S : 60%, B : 70%)
- Couleur teinte 4 (H : 120°, S : 60%, B : 60%)
- Couleur teinte 5 (H : 120°, S : 60%, B : 50%)

6. Palette Monochromatique

- Couleur teinte 1 principale (H : 120°, S : 60%, B : 90%)
- Couleur teinte 2 (H : 120°, S : 50%, B : 80%)
- Couleur teinte 3 (H : 120°, S : 40%, B : 70%)



ACTIVITÉ n°3

DIFFÉRENCIER LES STYLES DE TYPOGRAPHIE

Compétences visées :

- Distinguer des types de typographies

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



3 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

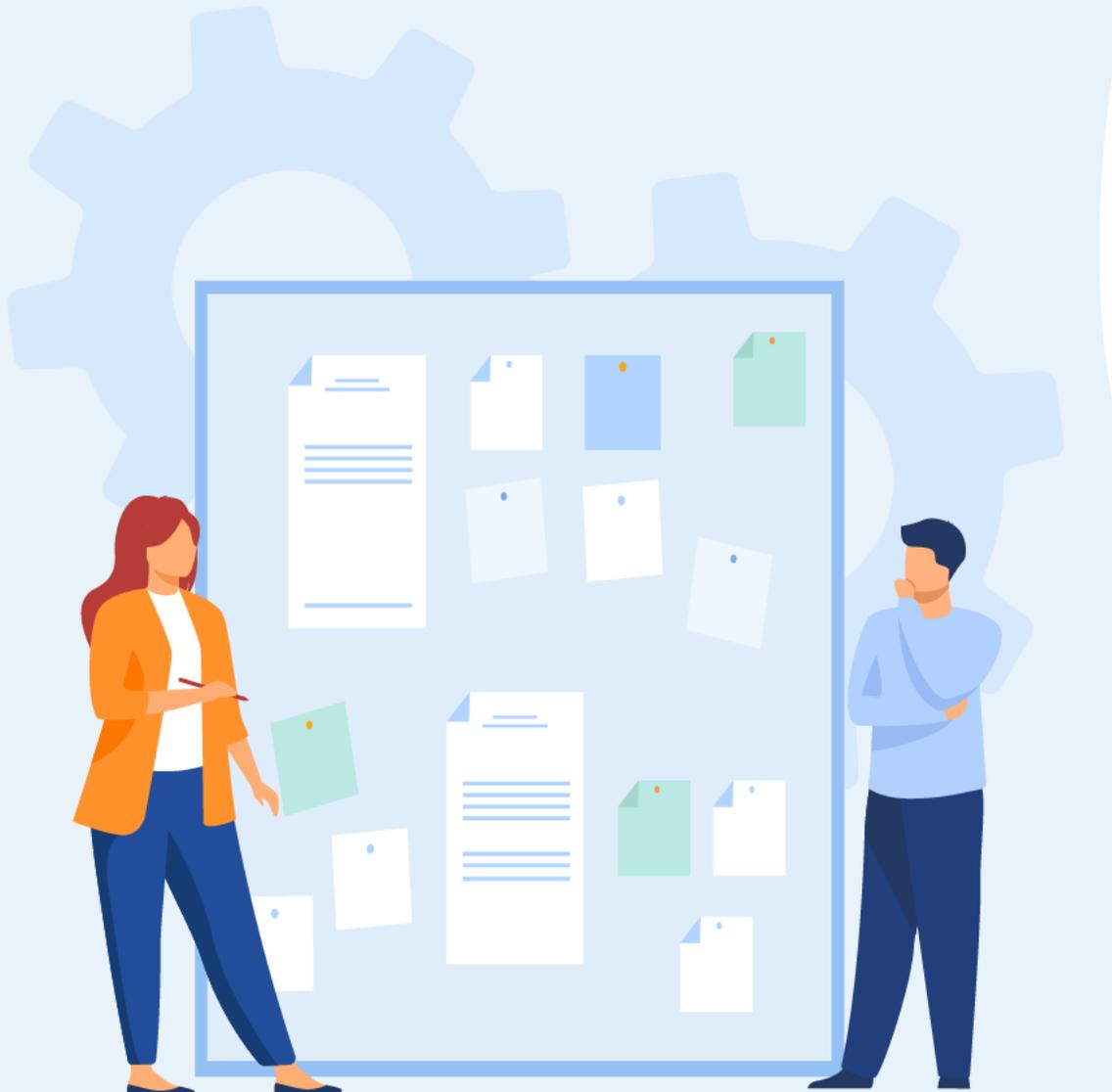
- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier
- Logiciels de PAO (Adobe Photoshop ou Adobe Illustrator)

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Identifier les différents types de typographies
 - Manipuler les typographies afin de s'adapter au différentes styles
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 3 :

Différencier les styles de typographie



Différencier les styles de typographie

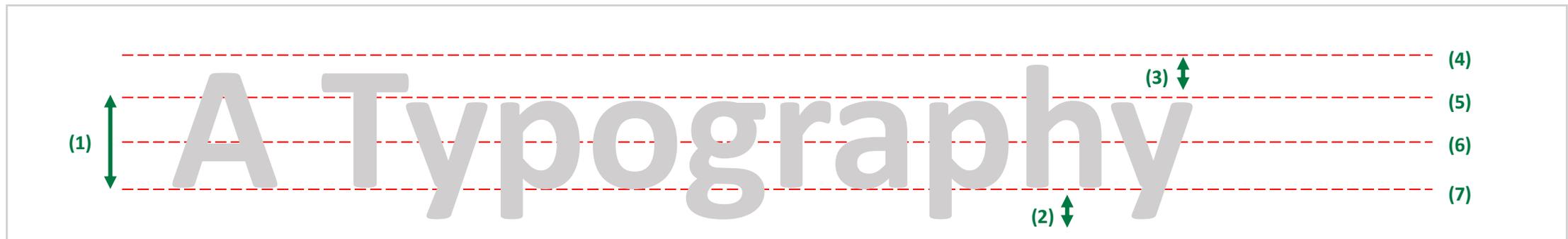
Exercice 1 :

A présent, Mounir doit choisir la typographie adéquate pour son projet.

A vous de jouer !

Complétez le schéma suivant pour identifier les différentes parties de l'anatomie des typographies.

Mean line, Baseline, x-height, Ascender, Descender, Cap height, Cross bar



Activité 3 :

Différencier les styles de typographie



Différencier les styles de typographie

Exercice 2 :

Mounir découvre également qu'il existe plusieurs catégories des typographies.

A vous de jouer !

Reliez par une flèche chaque typographie à la catégorie adéquate :

- a. *Pacifico*
- b. Helvetica Neue
- c. **courier new**
- d. **OUTLAW**
- e. Georgia
- f. Rockwell

1. Decorative
2. Slab Serif
3. Sans Serif
4. Serif
5. Script

Activité 3 :

Différencier les styles de typographie



Différencier les styles de typographie

Exercice 3 :

Mounir veut maintenant passer à la pratique, le Graphic Designer lui présente un ensemble de logos de marques internationales.

A vous de jouer !

Classez les logos ci-dessous par catégorie de typographie :

ZARA

LinkedIn

Coca-Cola

Abercrombie & Fitch

Toys R Us

Cadillac

Fanta

Calvin Klein

Les typographies avec
empatement (Serif)

Les typographies sans
empatement (Sans Serif)

Les typographies scriptes

Les typographies décoratives

Activité 3 :

Différencier les styles de typographie



Différencier les styles de typographie

Exercice 4 :

A ce stade-là, Mounir se demande comment seraient certaines logos s'ils faisaient partie des différentes catégories de typographies.

A vous de jouer !

De la liste des logos suivants, choisissez 2 logos et –en utilisant le logiciel de PAO de votre choix- reproduisez-les en utilisant les différentes styles (catégories) de typographie :

ZARA

LinkedIn

Coca-Cola

Abercrombie & Fitch

ToysRUs

Cadillac

Fanta

Calvin Klein

N'oubliez pas de rappeler, pour chaque typographie choisie, les caractéristiques faisant partie de la catégorie en question.

Ressources :

Des exemples de bibliothèques de typographies gratuits :

- <https://www.dafont.com/>
- <https://fonts.google.com/>
- <https://fontesk.com/>

Activité 3 : Correction



Correction

Exercice 1 :

1. 1 → x-height
2. 2 → Descender
3. 3 → Ascender
4. 4 → Cap height
5. 5 → Mean Line
6. 6 → Cross bar
7. 7 → Baseline

Exercice 2 :

1. a → 5
2. b → 3
3. c → 4
4. d → 1
5. e → 4
6. f → 2

Activité 3 : Correction



Correction

Exercice 3 :

Les typographies avec empattement
(Serif)

ZARA

Abercrombie & Fitch

Les typographies sans empattement
(Sans Serif)

LinkedIn

Calvin Klein

Les typographies scriptes

Coca-Cola

Cadillac

Les typographies décoratives

Toys R Us

Fanta

Activité 3 : Correction

Correction

Exercice 4 :

L'apprenant doit être capable d'identifier une typographie appartenant à un chaque catégorie, l'installer et l'appliquer à un logo existant.

→ L'apprenant doit garder les mêmes couleurs pour la logo et ne changer, à chaque fois, que la typographie utilisée.

→ Un exemple de rendu pour le logo de Coca-Cola :

Typographies avec empattement
(Serif)



Typographie : **Big Caslon**

Typographie sans empattement
(Sans Serif)



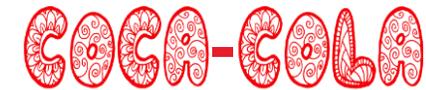
Typographie : **Avenir**

Typographie scripte



(Logo original)

Typographie décorative



Typographie : **Big Caslon**



PARTIE 2

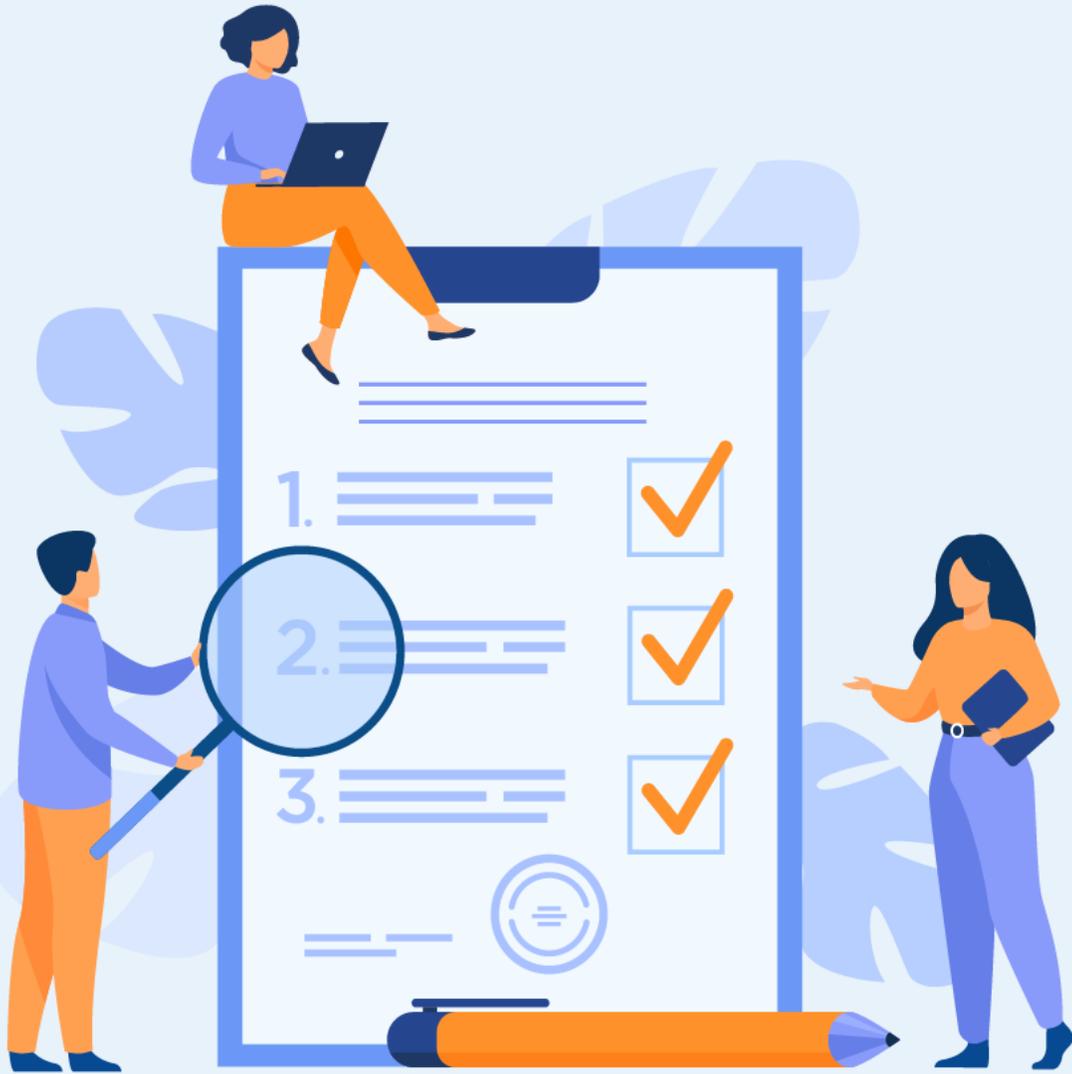
S'APPUYER SUR LES RÈGLES ÉLÉMENTAIRES DU GRAPHISME

Dans ce module, vous allez :

- Identifier les éléments graphiques
- Distinguer les couleurs
- Différencier les styles de typographie



7 heures



ACTIVITÉ n°1

DISTINGUER DES IDENTITÉS VISUELLES DIFFÉRENTES

Compétences visées :

- Reconnaître différents aperçus des modèles de Design

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



3 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

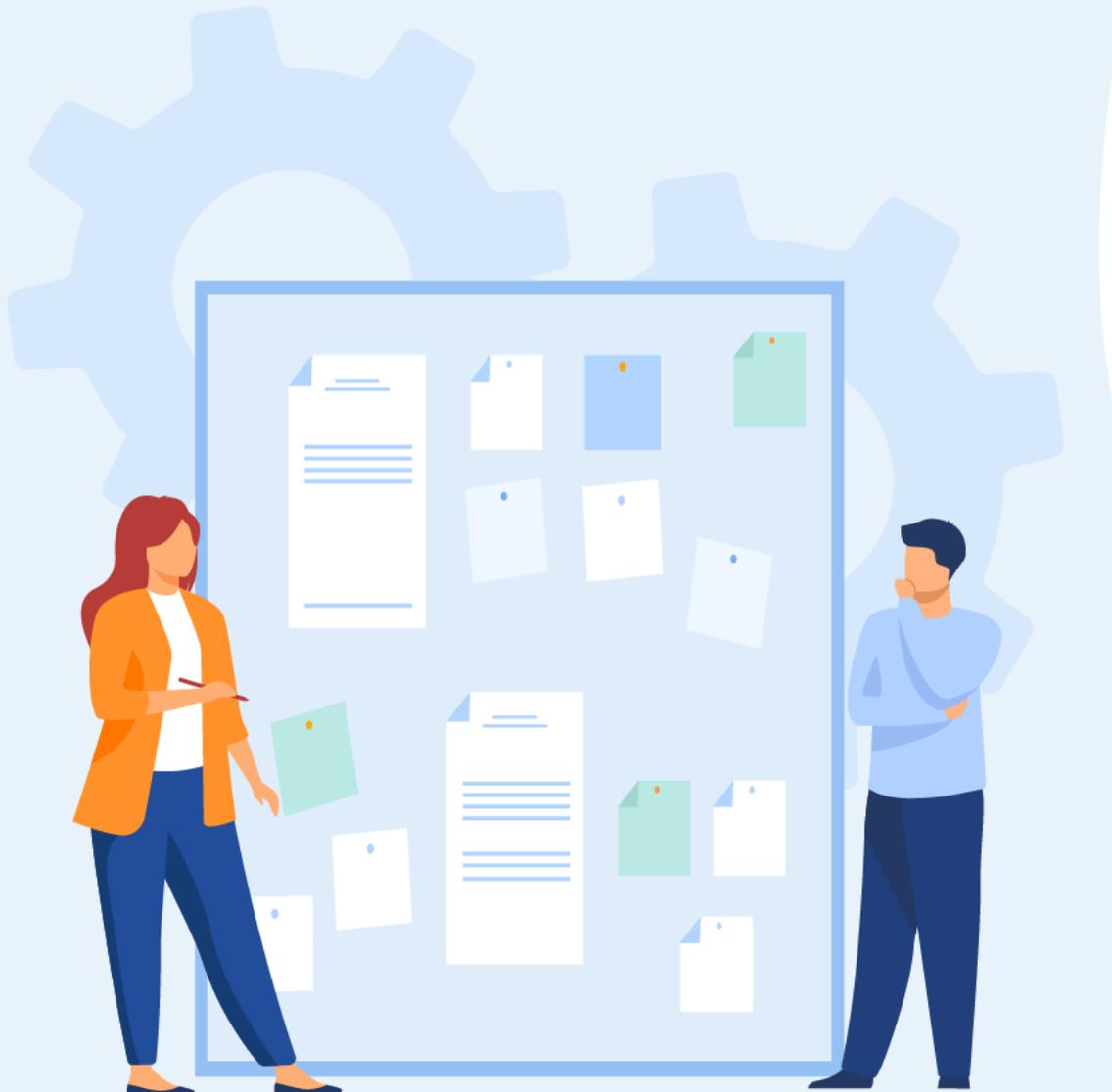
- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier
- Connexion Internet

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Identifier et distinguer les différents modèles de Design
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 1 :

Distinguer des identités visuelles différentes



Distinguer des identités visuelles différentes

Exercice 1 :

Poursuivant ses études en design graphique, Saif participe à une visite du Musée d'Histoire de l'art organisée par son école afin de découvrir de près les différentes époques, mouvements et styles de l'Art.

Vers la fin de la 1^{ère} partie de la visite, dédiée à la découverte des différentes époques de l'histoire de l'art, et disposant encore d'une heure creuse avant le début de la 2^{ème} partie, le professeur décide de mettre les connaissances de ses étudiants au test. Il leur demande chacun de faire une recherche sur internet et de choisir une œuvre d'art de chaque époque pour la présenter à ses camarades.

Afin de leur faciliter la tâche, le professeur leur rappelle la liste des 6 époques majeures de l'histoire de l'art : L'Art Préhistorique, Art ancien, Art médiéval, La renaissance, Art moderne, Art contemporain.

A vous de jouer !

Grâce à Internet, aidez Saif à choisir une œuvre d'art de chaque époque de l'histoire de l'art.

N'oubliez pas de mentionner l'intitulé, l'année de conception, l'artiste et les caractéristiques de l'époque qui sont utilisées pour chaque œuvre.

Activité 1 :

Distinguer des identités visuelles différentes



Distinguer des identités visuelles différentes

Exercice 2 :

La 2^{ème} partie de la visite était dédiée à la découverte des modèles de design les plus populaires.

Cette-fois, le professeur demande à ses élèves de présenter un exemple d'interface utilisateur (site web, application mobile, ..) pour chaque modèle de design de la liste suivante : Le Skeuomorphisme, le Flat design et le Material Design.

A vous de jouer !

1. En utilisant Internet, aidez Saïf à identifier un exemple d'interface utilisateur pour chaque modèle de design précisé.

N'oubliez pas, à chaque fois, de préciser les caractéristiques du modèle de design employées par l'interface.

2. Prenant l'exemple de l'interface que vous avez choisi pour le modèle Skeuomorphisme; quelles changements apportez-vous si on veut faire adapter l'interface au modèle Flat Design ?

Activité 1 :

Distinguer des identités visuelles différentes



Distinguer des identités visuelles différentes

Exercice 3 :

Saif comprend à présent que quelque soit l'époque, le style ou même le modèle de design utilisé, le rôle du designer graphique est de faire passer votre message de façon claire.

A vous de jouer !

Aidez Saif à associer chaque domaine avec les utilisations convenables du design graphique.

- a. La signalétique
- b. Les vêtements personnalisés
- c. La création des applications mobiles

1. Créer un design qui correspond à l'identité visuelle d'une marque et qui donne envie d'être porté.
2. Simplifier l'utilisation et faire comprendre les différentes interactions.
3. Simplifier le message au maximum pour qu'il soit compris en un coup d'oeil.

Activité 1 : Correction

Correction

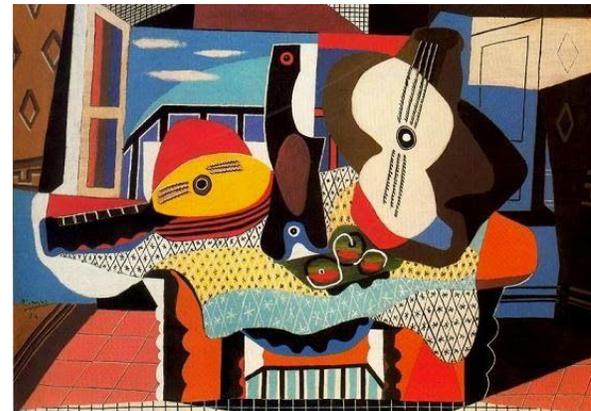
Exercice 1 :

L'apprenant doit identifier des œuvres d'art et les associer chacune à son époque. Il doit être capable de dégager les caractéristiques techniques/artistiques de l'époque qui sont utilisées pour chaque œuvre choisie.

Voici quelques exemples qui peuvent être utilisés par le formateur :



Œuvre : Chasse au bison
Emplacement : Tassili n'Ajjer , Sahara, Algérie
Epoque : L'Art Préhistorique
Caractéristiques : formes simples réalisés sur des rochers.



Œuvre : Mandoline et guitare
Artiste : Pablo Picasso
Epoque : Art contemporain
Caractéristiques : Le surréalisme comme courant artistique. exécuté dans un audacieux style cubiste synthétique de formes superposées et contiguës

Activité 1 : Correction

Correction

Exercice 2 :

1. L'apprenant doit identifier un ensemble d'interfaces utilisateur, une pour chaque modèle de design dans la liste. Il doit être capable d'identifier les caractéristiques du modèle de design pour justifier ses choix d'interfaces.

Un exemple d'interface utilisateur pour chaque modèle de design :



Modèle de design :

Skeuomorphisme

Interface :

Apple iOS 6

Caractéristiques : des éléments tridimensionnels et les détails stylistiques qui tentent d'imiter le monde réel, effet brillant sur les objets.



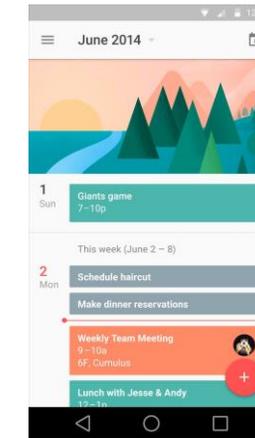
Modèle de design :

Flat Design

Interface :

Windows Start Screen (Metro)

Caractéristiques : le minimalisme à la base, formes simples, pas de détails stylistiques.



Modèle de design :

Material Design

Interface :

Google Calendar

Caractéristiques : Très proche du Flat Design, jouant sur des couleurs vives, des reliefs, des jeux d'ombre et de matière

Activité 1 :

Correction

Correction

Exercice 2 :

2. L'apprenant doit pouvoir identifier les différences entre le modèle Skeuomorphisme et le modèle Flat Design à travers les changements qu'il proposera. Ces changements doivent mettre en valeur un passage d'un design (Skeuomorphisme) avec des éléments tridimensionnels et les détails stylistiques qui tentent d'imiter le monde réel vers un design (Flat Design) qui se base sur le minimalisme avec ses formes simples et l'absence de détails stylistiques.

Un exemples pour un passage Skeuomorphisme > Flat Design est la mise à jour Apple iOS 6 > 7 :



Interface :

Apple iOS 6

Modèle de design :

Skeuomorphisme



Interface :

Apple iOS 7

Modèle de design :

Flat Design

Activité 1 : Correction



WEBFORCE
BE THE CHANGE

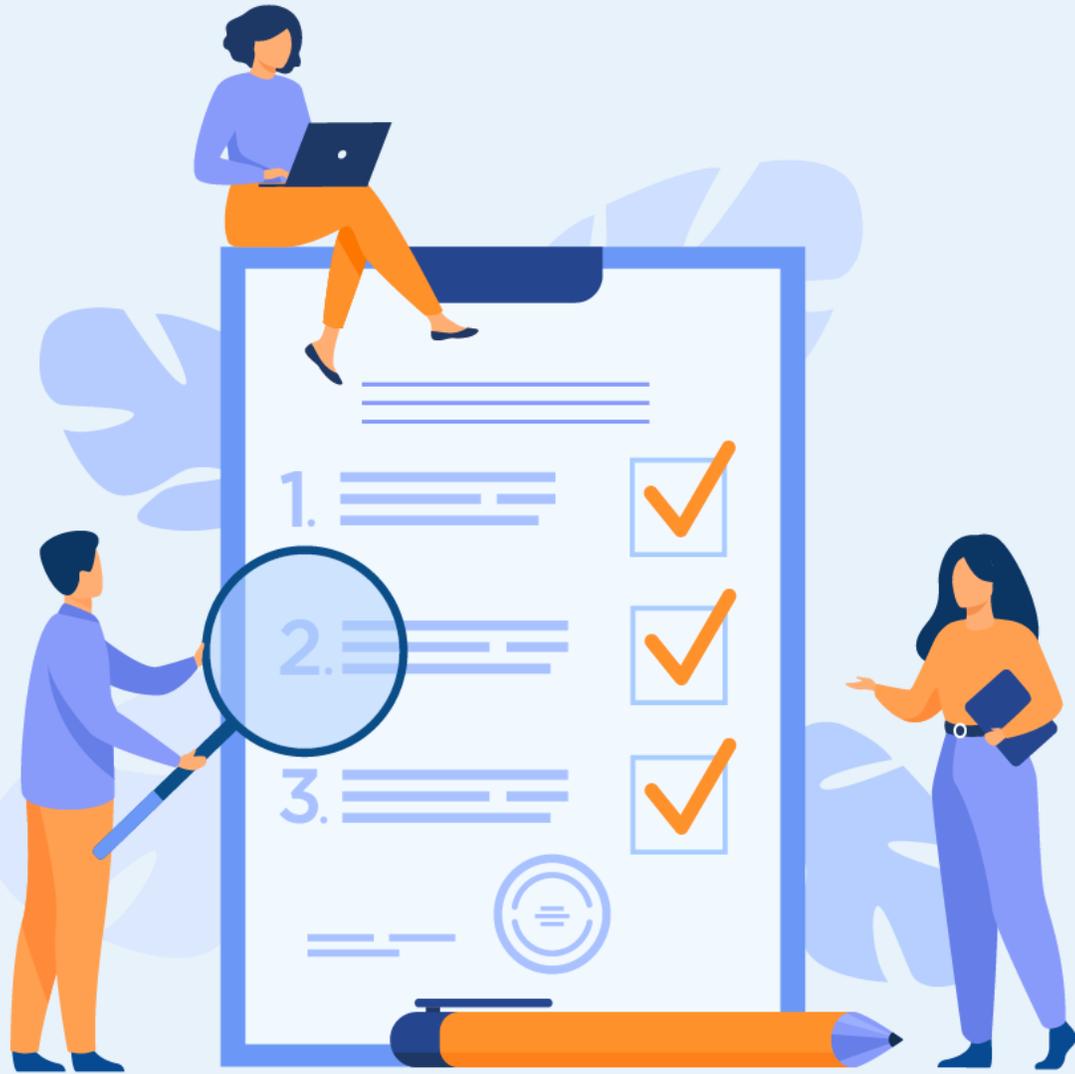
Correction

Exercice 3 :

a → 3

b → 1

c → 2



ACTIVITÉ n°2

UTILISER DES STYLES GRAPHIQUES

Compétences visées :

- S'appuyer sur différents formats de fichiers d'exportation

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



2 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

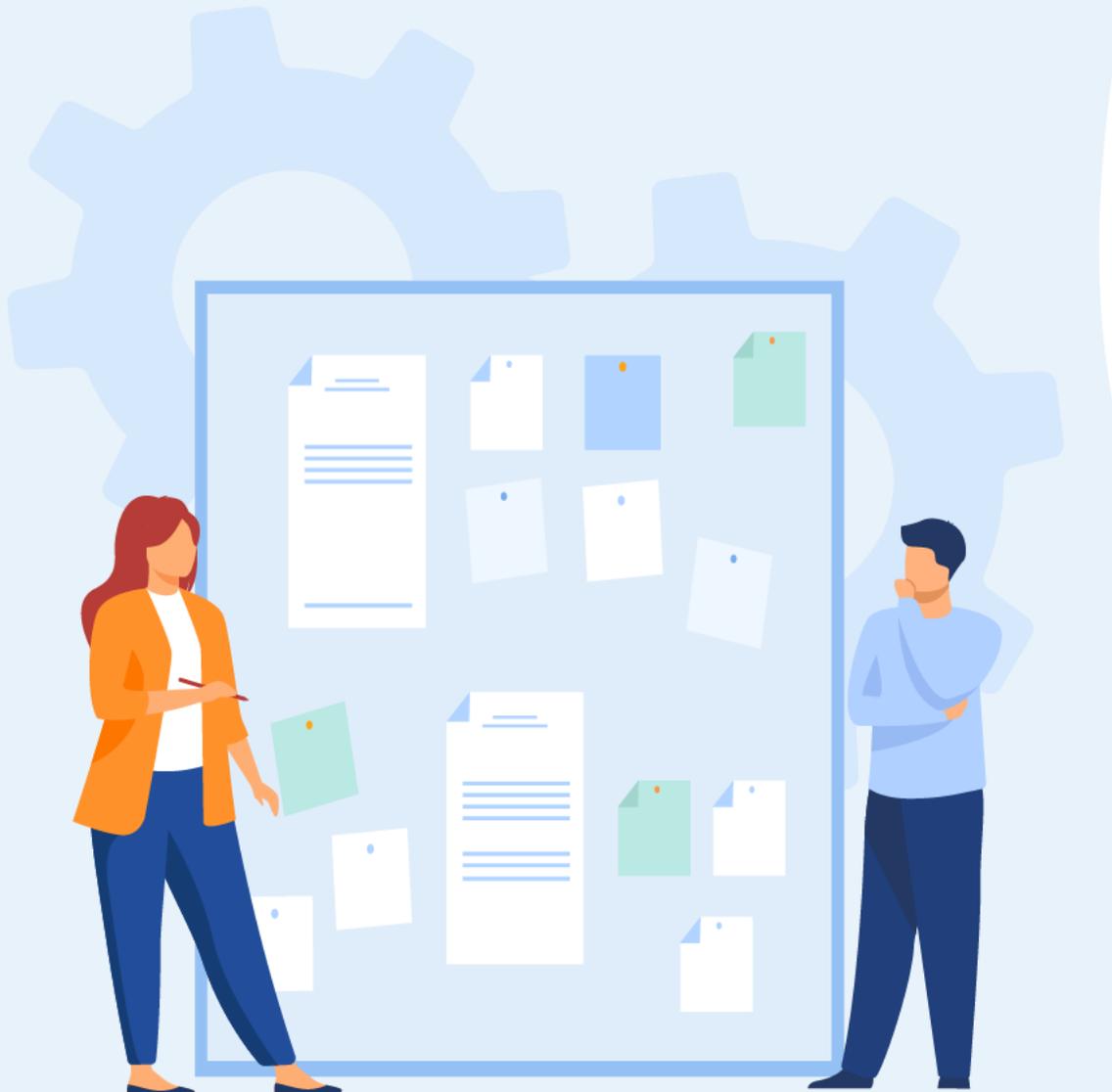
- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Utiliser différents formats de fichiers d'exportation
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 2 : Utiliser des styles graphiques



Utiliser des styles graphiques

Exercice 1 :

Comme chaque année, le professeur demande à ses étudiants de préparer une présentation sur l'un des chapitres du cours.

Intéressé par les identités visuelles de marques et l'influence des différentes tendances graphiques actuelles, Saif décide d'en faire son sujet de présentation.

A vous de jouer !

Avant de commencer, aidez Saif à se rappeler des différents éléments d'une identité visuelle.

Activité 2 :

Utiliser des styles graphiques

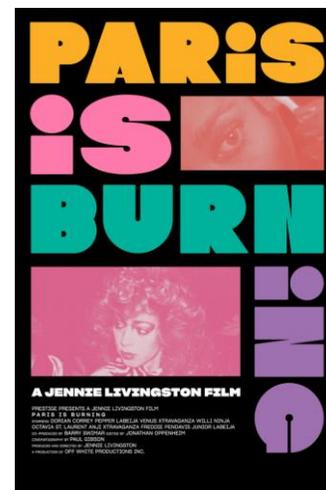
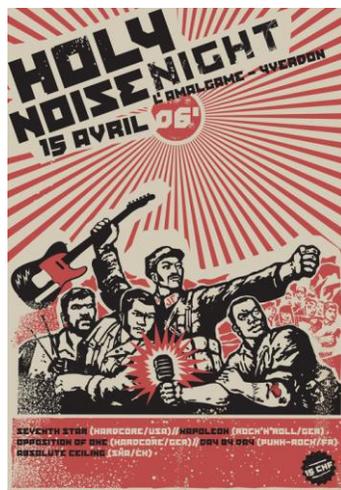
Utiliser des styles graphiques

Exercice 2 :

Pour commencer, Saif fait une liste des tendances graphiques les plus marquantes de l'année 2021 et décide de présenter un exemple pour chacune de ces tendances.

A vous de jouer !

Associez chaque affiche à la tendance graphique correspondante.



- a. 90s nostalgia
- b. Lettrage expressif et expérimental
- c. Daydream doodles
- d. Maximalisme complexe

Activité 2 :

Utiliser des styles graphiques



Utiliser des styles graphiques

Exercice 3 :

Comme Saif a utilisé des termes techniques, il a décidé d'ajouter un glossaire contenant leurs définitions.

A vous de jouer !

Reliez par une flèche chaque terme à sa définition.

- a. Pixels
- b. Résolution
- c. PPI (Pixels Per Inch)
- d. Palette
- e. Lorem ipsum

1. Utilisée dans les scanners, les appareils photo, les téléviseurs ou les moniteurs, elle représente la mesure de la densité de pixels utilisée.
2. Des points de forme carrée qui font une image raster numérique.
3. La gamme de couleurs utilisées dans un dessin.
4. C'est le détail d'une image en fonction du nombre de pixels.
5. Utilisé comme espace réservé qui sera remplacé ultérieurement par du contenu réelle.

Activité 2 : Utiliser des styles graphiques



Utiliser des styles graphiques

Exercice 4 :

Souhaitant avoir une excellente note, Saïf ne se limite pas à la partie théorique et décide de rajouter une partie pour expliquer les différents types de livrables d'un projet de design graphique.

A vous de jouer !

Reliez les formats de fichiers (à gauche) avec les caractéristiques qui leur correspondent (à droite).

- a. AI (Adobe Illustrator)
- b. PDF (Portable Document File)
- c. PSD (Photoshop Document)
- d. JPG (Joint Photographic Experts Group)
- e. GIF (Graphics Interchange Format)
- f. PNG (Portable Network Graphics)
- g. SVG (Scalable Vector Graphics)

1. Editable (accès aux calques)
2. Compressé
3. Supporte les animations
4. Format vectoriel
5. Supporte la transparence

Activité 2 : Correction



Correction

Exercice 1 :

Parmi les éléments graphiques constituant une identité visuelle, on trouve :

- Le logo
- Les typographies
- Les couleurs
- La mise en page

Exercice 2 :

1 → d

2 → a

3 → c

4 → b

Exercice 3 :

a → 2

b → 4

c → 1

d → 3

e → 5

Exercice 4 :

a → 1,4,5

b → 2

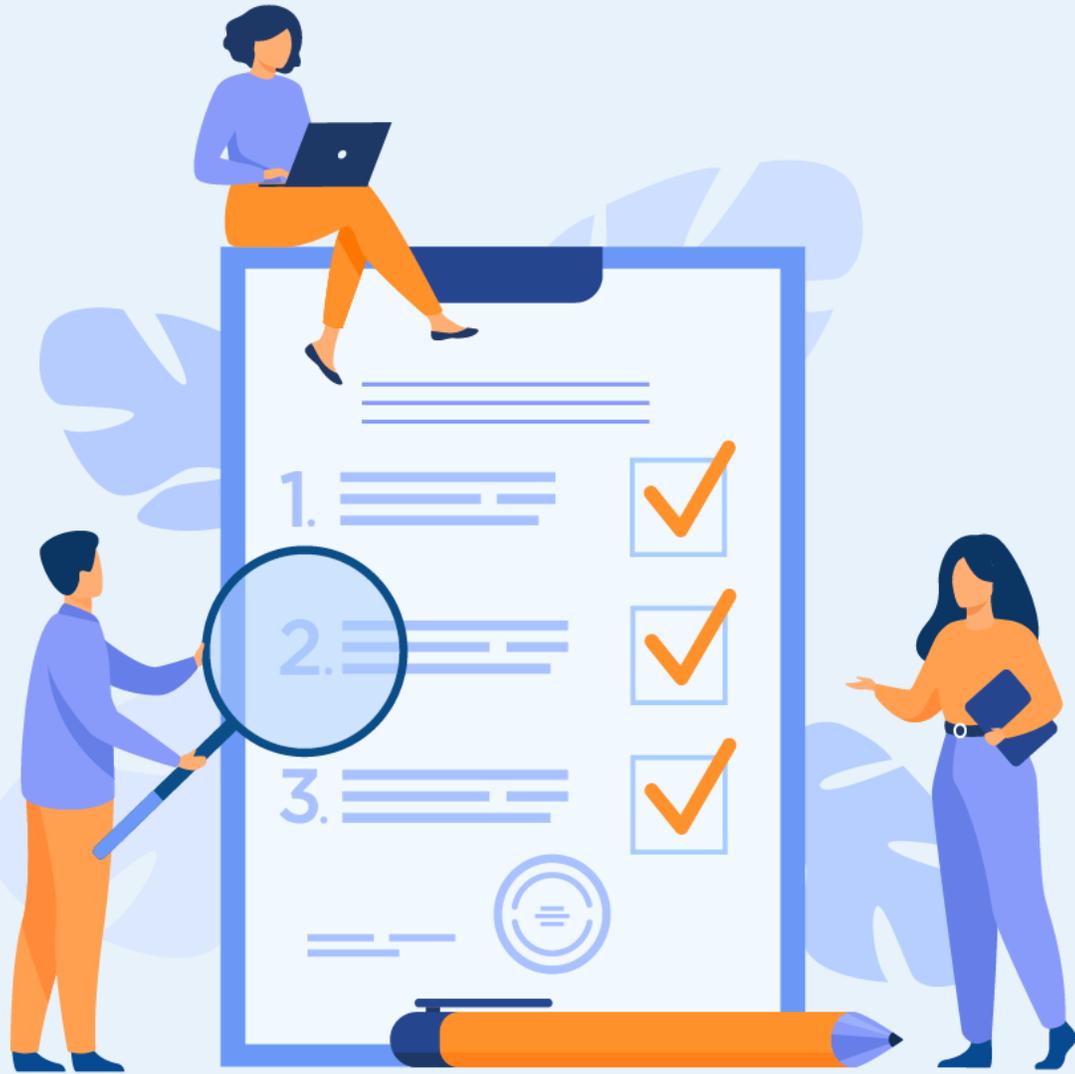
c → 1,5

d → 2

e → 2,3

f → 5

g → 4



ACTIVITÉ n°3

COMPRENDRE LA MISE EN PLACE D'UNE PRODUCTION

Compétences visées :

- S'appuyer sur les règles de compositions graphiques sur les solutions digitales

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



2 heures



1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier
- Logiciels de PAO (Adobe Photoshop ou Adobe Illustrator)

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Se servir des règles de compositions graphiques sur les solutions digitales
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 3 :

Comprendre la mise en place d'une production



Comprendre la mise en place d'une production

Exercice 1 :

Le professeur a été agréablement surpris par la qualité des présentations de ses étudiants, il décide alors de récompenser leurs efforts et d'organiser une visite chez une agence de communication pour apprendre de près le fonctionnement créatif en pratique.

Le directeur artistique de l'entreprise commence alors par expliquer que le processus créatif est l'évolution d'une idée vers sa forme finale à travers une progression de pensées et d'actions.

A vous de jouer !

Remettez les étapes du fonctionnement créatif dans l'ordre et associez chacune à sa définition.

Étapes

Éclairage

Mise en œuvre

Incubation

Préparation

Évaluation

Définitions

Rassembler des informations et des matériaux, identifier les sources d'inspiration et acquérir des connaissances sur le projet ou le problème posé.

S'imprégner des informations recueillies de l'étape Préparation en prenant du recul par rapport au problème et laisser l'esprit vagabonder

L'idée qui couvait prend une forme définie. Également connu sous le nom de « Aha ! » moment.

Evaluer la validité de l'idée et la comparez aux alternatives pour voir si la solution s'aligne avec votre vision initiale.

C'est la phase où l'idée voit le jour en mettant en œuvre les compétences, l'expérience et les connaissances.

Activité 3 :

Comprendre la mise en place d'une production



Comprendre la mise en place d'une production

Exercice 2 :

- Le directeur artistique de l'entreprise continue alors à expliquer qu'en matière de communication visuelle, donner la bonne information au bon public sous la bonne forme est une stratégie efficace pour se démarquer de la concurrence.
- Il demande aux étudiants : « Quelle forme d'information doit-on privilégier pour présenter vos idées ? Le visuel ou le textuel ? »
- Alors que les étudiants commencent déjà à faire leurs choix, Saïf comprend qu'une bonne stratégie de communication utilisera les deux types de contenu de manière efficace et se met ainsi à réfléchir sur les avantages de chaque forme proposée.

A vous de jouer !

Complétez le tableau suivant pour expliquer les avantages de chaque forme d'information.

1. Généralement plus facile à comprendre

2. Fournit des informations supplémentaires

3. Fournit un contexte pour les visuels

4. Présente 90 % des informations que le cerveau reçoit

5. Attire l'attention de votre public cible et le maintient engagé

6. Plus rapide à charger

A. Avantage de l'information visuelle

B. Avantages de l'information textuelle

Activité 3 :

Comprendre la mise en place d'une production

Comprendre la mise en place d'une production

Exercice 3 :

A présent, le directeur artistique explique les règles de compositions graphiques à prendre en compte pour une excellente mise en page.

Il présente aux étudiants un exemple d'illustration et leur demande de choisir la meilleure.

A vous de jouer !

Pour chacune des situations suivantes, identifiez l'illustration ayant une meilleure composition en précisant la règle dont vous avez fait référence. Vous pouvez vous servir de l'outil de PAO de votre choix.

Situation 1



Illustration 1



Illustration 2

Activité 3 :

Comprendre la mise en place d'une production



Comprendre la mise en place d'une production

Exercice 3 (Suite) :

Situation 2

Illustration 1



Illustration 2



Activité 3 : Correction



Correction

Exercice 1 :

- 1. Préparation :** Rassembler des informations et des matériaux, identifier les sources d'inspiration et acquérir des connaissances sur le projet ou le problème posé.
- 2. Incubation :** S'imprégner des informations recueillies de l'étape Préparation en prenant du recul par rapport au problème et laisser l'esprit vagabonder.
- 3. Éclairage :** L'idée qui couvait prend une forme définie. Également connu sous le nom de « Aha ! » moment.
- 4. Évaluation :** Evaluer la validité de l'idée et la comparez aux alternatives pour voir si la solution s'aligne avec votre vision initiale.
- 5. Mise en œuvre :** C'est la phase où l'idée voit le jour en mettant en œuvre les compétences, l'expérience et les connaissances.

Exercice 2 :

- A.
- 1
 - 4
 - 5
- B.
- 2
 - 3
 - 6

Activité 3 : Correction

Correction

Exercice 3 :

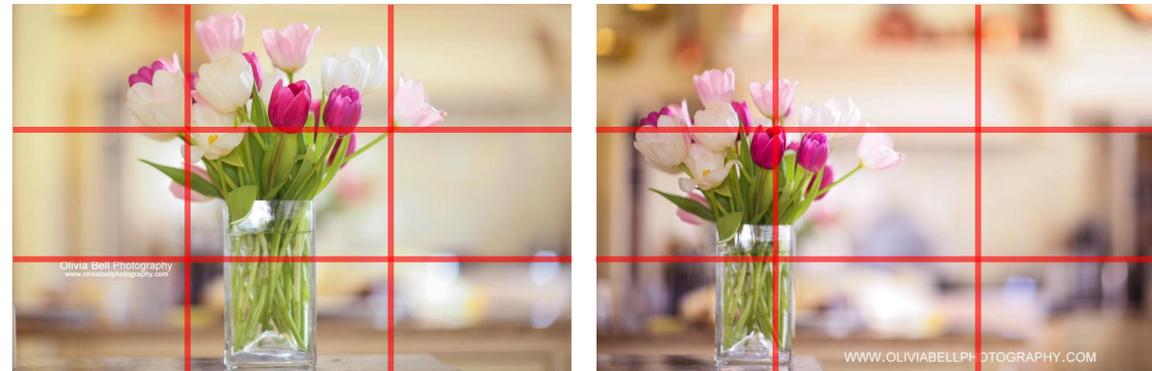
Situation 1 → Illustration 2

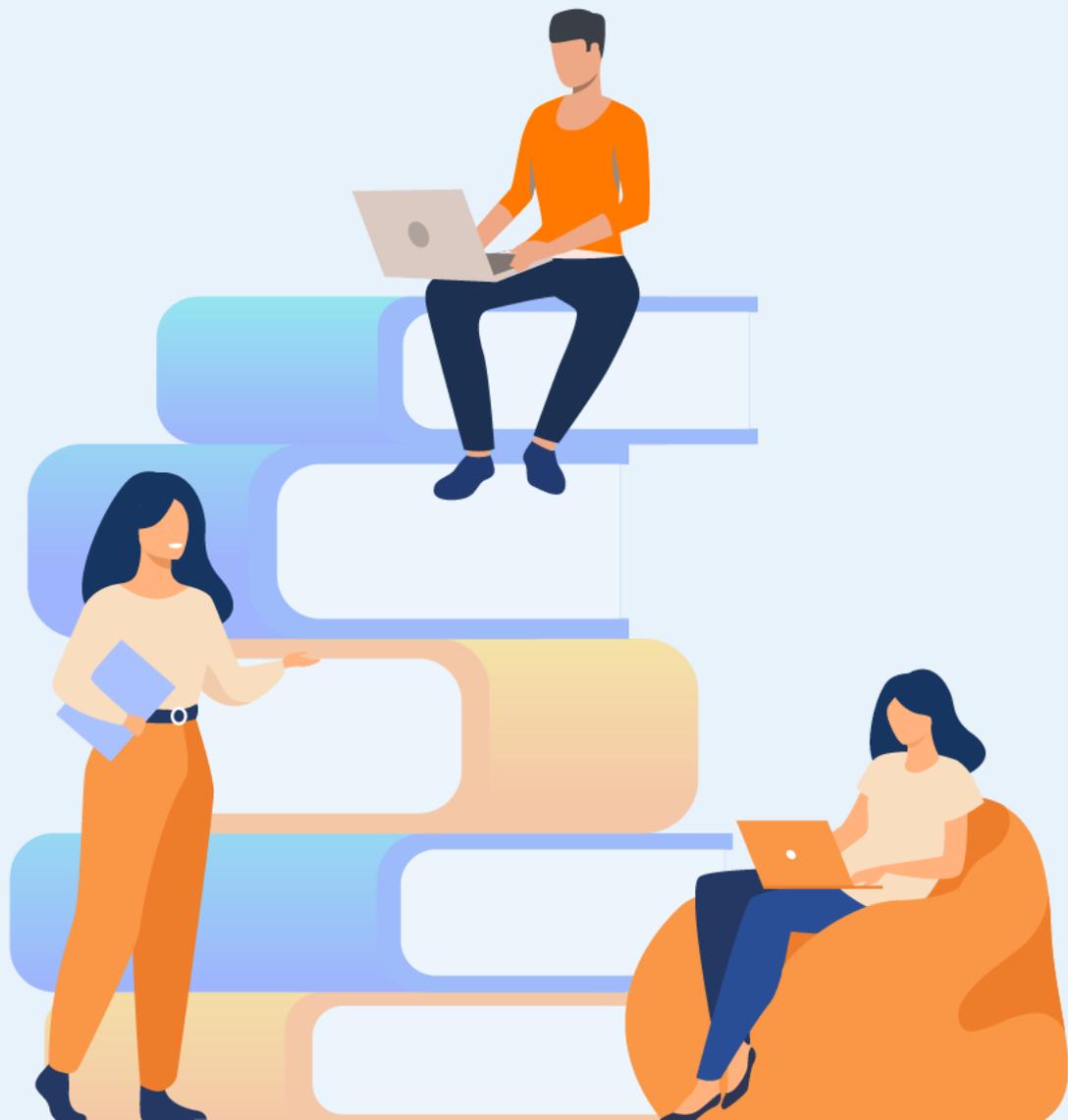
Règle à l'appui : Règle des tiers. Les points forts (tête de la fille) s'alignent avec les lignes principales.



Situation 2 → Illustration 2

Règle à l'appui : Règle des tiers. Les points forts (la vase) s'alignent avec les lignes principales.





PARTIE 3

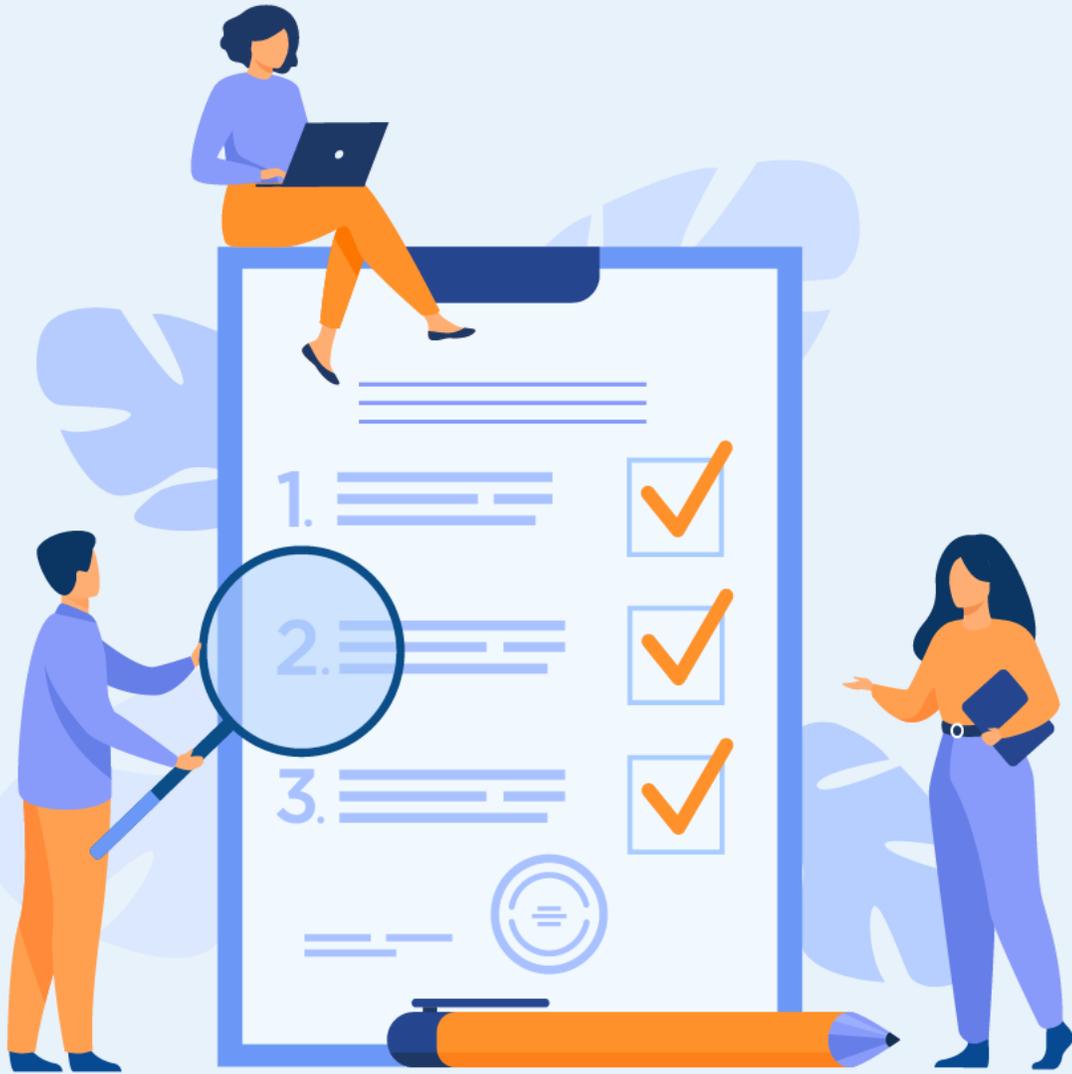
UTILISER LES CODES PROPRES À UN SECTEUR

Dans ce module, vous allez :

- Repérer divers secteurs d'activité
- Distinguer les spécifications graphiques



5 heures



ACTIVITÉ n°1

REPÉRER DIVERS SECTEURS D'ACTIVITÉ

Compétences visées :

- Comprendre des codes visuels et graphiques des secteurs

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



2 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier
- Outils de construction de palette de couleurs en ligne

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Reconnaître les codes visuels et graphiques des secteurs
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 1 : Repérer divers secteurs d'activité



Repérer divers secteurs d'activité

Exercice 1 :

En se rendant au centre commercial, Emna remarque que de nombreuses marques faisant partie du même secteur tendent à privilégier des couleurs bien particulières.

A vous de jouer !

Reliez les couleurs (à gauche) avec la signification la mieux appropriée (à droite).

- a. Violet
- b. Rose
- c. Vert
- d. Rouge
- e. Jaune
- f. Bleu
- g. Orange

1. Énergie, Passion et Danger
2. Créativité, Jeunesse et Enthousiasme
3. Bonheur, Espoir et Spontanéité
4. Calme, Confiance et Intelligence
5. Nature, Croissance et Richesse
6. Luxe, Mystère et Spiritualité
7. Féminité et Romance

Activité 1 : Repérer divers secteurs d'activité



Repérer divers secteurs d'activité

Exercice 2 :

Emna remarque qu'ils y avaient des préparatifs pour accueillir une nouvelle marque de vêtements et d'accessoires pour les jeunes. Elle se demande alors que serait le choix pour la couleur principale de cette marque.

A vous de jouer !

1. Aidez Emna à faire un choix d'une couleur principale pour cette marque de vêtements et d'accessoires en justifiant votre choix.
2. A présent, proposez une charte colorimétrique à partir de la couleur principale que vous avez choisi en se basant sur les règles d'une palette analogue de la cercle chromatique.

Correction

Exercice 1 :

1. a → 6
2. b → 7
3. c → 5
4. d → 1
5. e → 2
6. f → 4
7. g → 3

Exercice 2 :

1. L'apprenant doit tout d'abord définir le public cible pour la marque : Les jeunes pour le cas de cette marque.

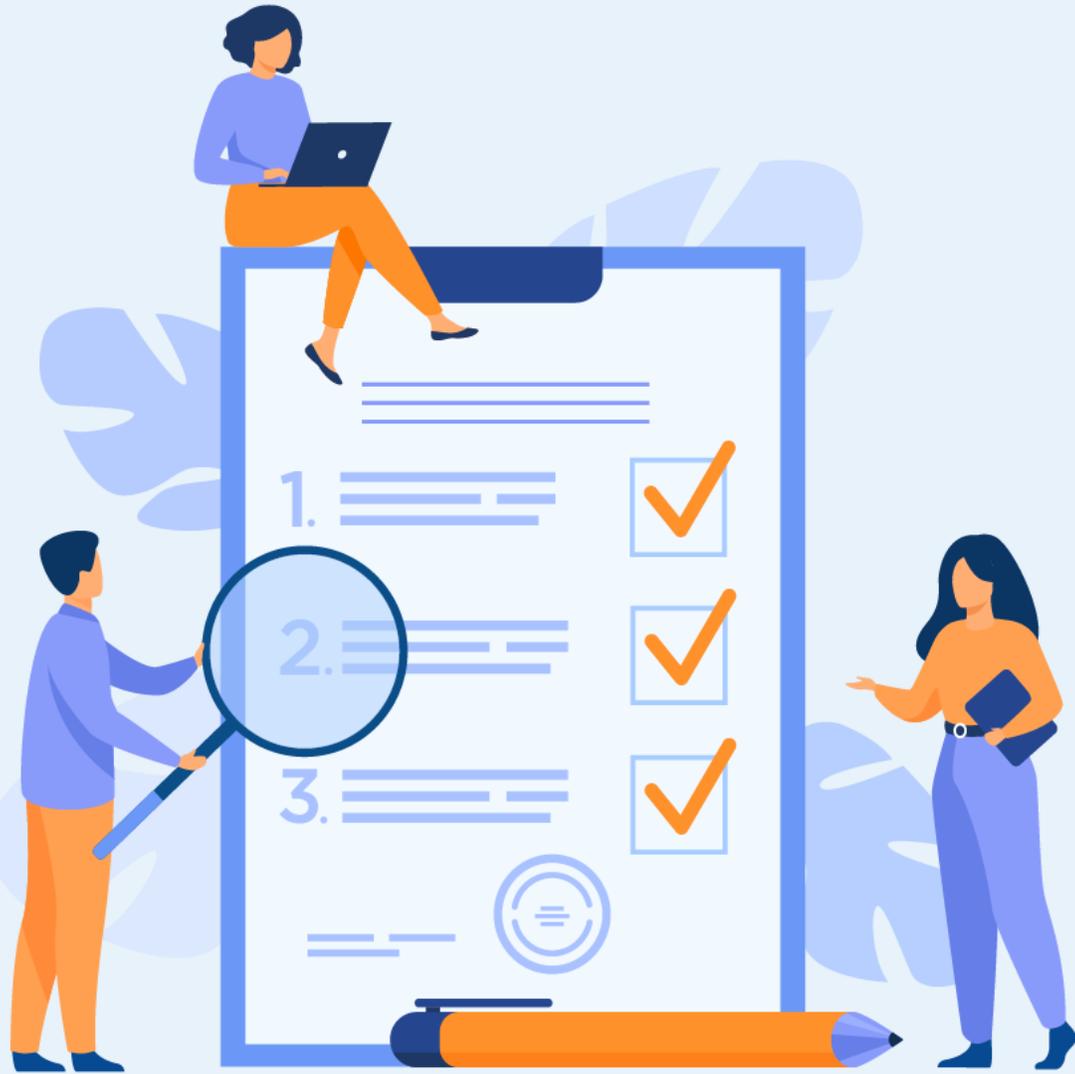
Ensuite, l'apprenant doit choisir un ensemble d'émotions pour la marque et leur associer la couleur principale convenable, tout en respectant les codes culturels dans lequel le logo va intervenir : Le secteur des vêtements et d'accessoires.

→ Livrable : Le code hexadécimal de la couleur choisie.

→ Exemples : Pour le cas de cette marque la couleur principale pourrait inclure : l'orange comme couleur vibrante et extravertie, le rouge pour la passion et l'attraction, ou encore le noir, une couleur très à la mode qui aspire l'élégance.

2. L'apprenant doit être capable de générer une palette de couleur analogue à partir de la couleur principale précédemment définie. L'apprenant pourra utiliser un outil de générateur de palette en ligne ou encore utiliser les règles théoriques de composition colométriques comme vus dans l'Activité 2 de la partie 1.

→ Résultat attendu : Une palette de couleur analogue, composée au moins de 3 couleurs (y compris la couleur principale) définies par leurs codes hexadécimaux.



ACTIVITÉ n°2

DISTINGUER LES SPÉCIFICATIONS GRAPHIQUES

Compétences visées :

- Repérer des spécifications graphiques des secteurs

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



3 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Identifier les différents modèles de Design
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 2 : Distinguer les spécifications graphiques



Distinguer les spécifications graphiques

Exercice 1 :

Souhaitant se renseigner d'avantage sur le sujet des couleurs et des spécifications graphiques propres aux différents secteurs, Emna fait appel à son ami Mehdi qui travaille dans une agence de communication pour lui fournir plus de détails.

Mehdi commence par lui expliquer les erreurs les plus courantes à éviter lors de la conception d'une identité de marque.

A vous de jouer !

Corrigez les affirmations suivantes si elles sont fausses.

- Il est inutile d'étudier l'identité visuelle de vos concurrents par crainte de se retrouver une situation de plagiat.
- L'identité de marque doit être spécifique à chaque support de communication utilisé.
- Il est préférable d'utiliser des adresses e-mail comme Google pour garantir la sécurité des échanges.
- Une identité de marque ne doit pas changer au fil du temps afin de maintenir la cohérence.

Activité 2 : Distinguer les spécifications graphiques



Distinguer les spécifications graphiques

Exercice 2 :

Mehdi continue à expliquer à Emna que les valeurs d'une marque lui permettent de se différencier et de se donner une identité spécifique.

Il propose à Emna un petit jeu où il lui présente un ensemble de marques pour qu'elle essaye de deviner leurs valeurs associées.

A vous de jouer !

Reliez par une flèche chaque ensemble de valeurs à la marque correspondante.

- a. Nike
- b. Glossier
- c. Ikea
- d. Lacoste

1. Ensemble, Simplicité, Conscience des coûts, Donner et prendre des responsabilités
2. Responsabilité, Coopération, Audace, Attention
3. Authenticité, Inspiration, Courage
4. Naturel, Confiance en soi, Girl Power

Activité 2 : Distinguer les spécifications graphiques



Distinguer les spécifications graphiques

Exercice 3 :

Emna se met alors à penser sur les contraintes que l'on rencontre lors de la conception d'une identité de marque.

Mehdi lui explique alors que c'est ainsi qu'entre en jeu l'analyse SWOT, acronyme de Strengths (Forces), Weaknesses (Faiblesses), Opportunities (Opportunités) et Threats (Menaces).

Pour mieux comprendre l'intérêt de cette technique, Mehdi demande à Emna de faire l'analyse SWOT de la marque Uber (une application mobile qui met en contact direct les particuliers avec des chauffeurs).

A vous de jouer !

Remplissez la matrice SWOT pour la marque Uber.

Marchés à conquérir	Concurrence	Turn-over des chauffeurs	Grève des transports publics	Difficulté de parking en ville	Nombre de villes et chauffeurs
Contrôle de la qualité	Droit du travail	Technologie simple (facile à dupliquer)	Taxis	Notoriété de la marque	Modèle social sans employés
Strengths (Forces)			Weaknesses (Faiblesses)		
Opportunities (Opportunités)			Threats (Menaces)		

Activité 2 : Distinguer les spécifications graphiques



Distinguer les spécifications graphiques

Exercice 4 :

Mehdi explique à Emna que tout travail artistique est un effort de communication. Pour une meilleure exécution, il faut tout d'abord comprendre les objectifs de communication, notamment celles liés au secteur.

Il continue par lui préciser qu'il existe 3 étapes pour identifier les objectifs de communication d'un secteur, à savoir la recherche d'audience, la détermination de la mission et de la personnalité de l'entreprise.

Emna l'interrompt et essaye de deviner la définition correspondante à chaque étape.

A vous de jouer !

Aidez Emna à lier chaque étape à sa définition.

- a. Recherche d'audience
- b. Détermination de la mission de votre entreprise
- c. Détermination de la personnalité de marque

1. Si vous n'avez pas clairement communiqué l'objectif de votre entreprise, il sera difficile pour les gens de comprendre en quoi consiste votre entreprise et qu'est ce qu'elle offre.
2. La typographie (polices), les couleurs, les images et la voix de la marque se combinent pour former la personnalité de votre marque.
3. Comprendre votre public cible et ce qu'il attend de votre entreprise. La recherche d'audience vous aidera à mieux cerner votre public.

Activité 2 : Distinguer les spécifications graphiques



Distinguer les spécifications graphiques

Exercice 5 :

Emna conclut que les résultats de la conception graphique sont présents dans notre vie quotidienne. Mehdi affirme en lui précisant qu'il serait donc impossible de passer une journée sans que le graphisme ne touche nos vies d'une manière ou d'une autre.

Emna essaye de se rappeler des différents contextes d'utilisations dans divers secteurs.

A vous de jouer !

Aidez Emna à associer chaque secteur aux différentes utilisations possibles.

- a. La Mode
- b. Organisations à but non lucratif
- c. Packaging des produits

1. En plus de la forme et de la fonction de l'emballage, le concepteur doit tenir compte de la couleur et de son lien avec l'image globale de la marque.
2. Promouvoir la bonne volonté est évidente, par exemple lorsque l'artiste crée une infographie montrant un besoin dans la société.
3. De grands panneaux dans les fenêtres et les présentoirs avec des images de modèles portant les vêtements.

Activité 2 : Correction



Correction

Exercice 1 :

a → Il est essentiel d'étudier l'identité visuelle de vos concurrents afin de savoir se démarquer.

c → L'identité de marque doit être appliquée d'une manière uniforme partout sur les supports de communication.

d → Il n'est pas recommandé d'utiliser une adresse e-mail générique comme Gmail ou Yahoo, mais plutôt une adresse e-mail professionnelle portant le nom de l'entreprise.

c → Une identité de marque doit évoluer au fil du temps afin de suivre les goûts et les besoins des consommateurs.

Exercice 2 :

a → 3

b → 4

c → 1

d → 2

Exercice 3 :

Forces

→ Nombre de villes et chauffeurs

→ Notoriété de la marque

→ Modèle social sans employés

Faiblesses

→ Contrôle de la qualité

→ Technologie simple (facile à dupliquer)

→ Turn-over des chauffeurs

Opportunités

→ Grève des transports publics

→ Difficulté de parking en ville

→ Marchés à conquérir

Menaces

→ Droit du travail

→ Concurrence

→ Taxis

Activité 2 : Correction



Correction

Exercice 4 :

a → 3

b → 1

c → 2

Exercice 5 :

a → 3

b → 2

c → 1



WEBFORCE
BE THE CHANGE



PARTIE 4

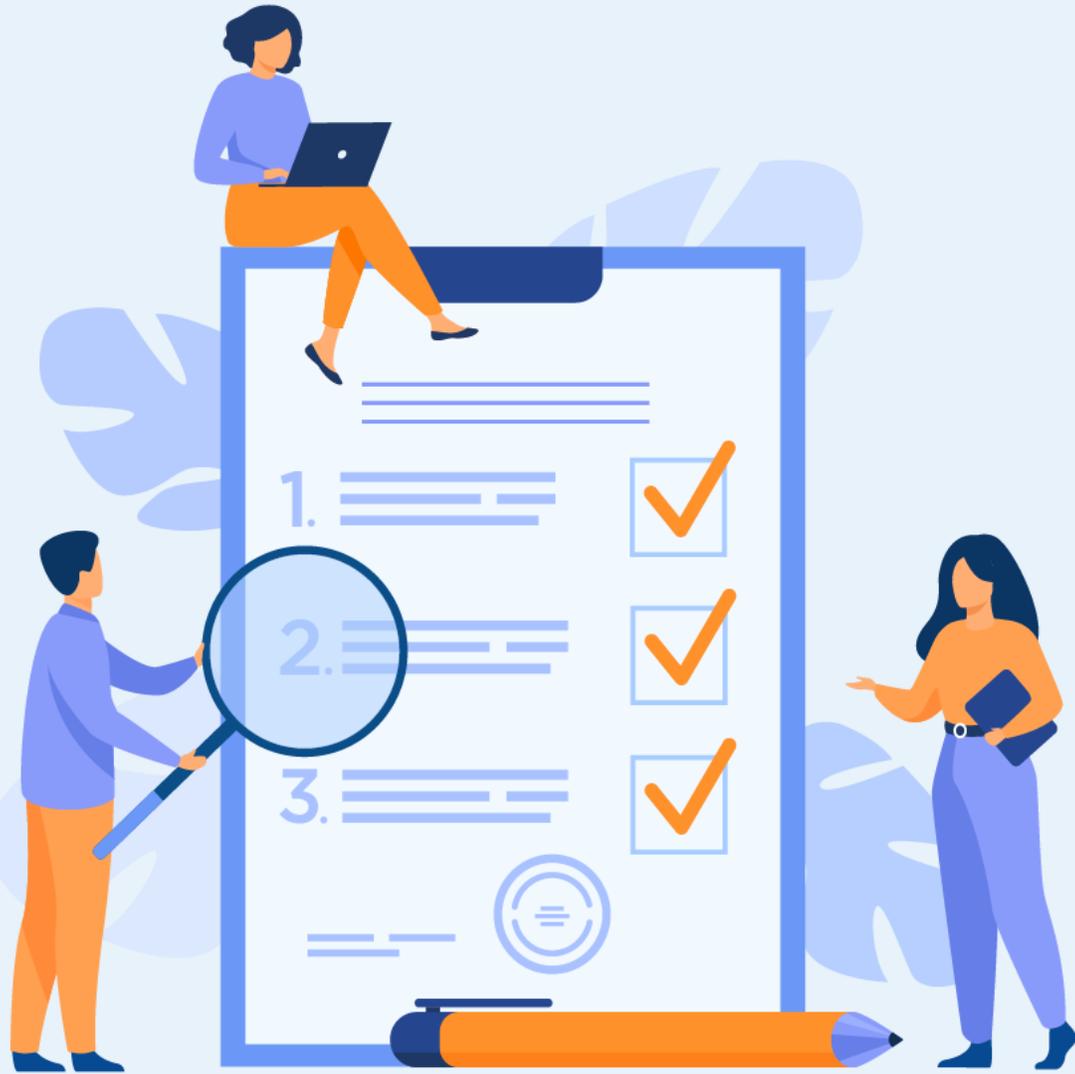
DE CONTENUS SELON LE SUPPORT APPRÉHENDER LA HIÉRARCHISATION

Dans ce module, vous allez :

- Comprendre les principes de hiérarchie visuelle
- Distinguer les éléments principaux des éléments secondaires



5 heures



ACTIVITÉ n°1

COMPRENDRE LES PRINCIPES HIÉRARCHIE VISUELLE

Compétences visées :

- S'appuyer sur les règles de hiérarchisation des contenus par bloc

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



1 heure

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Utiliser les règles de hiérarchisation des contenus par bloc
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 1 :

Comprendre les principes de hiérarchie visuelle



Comprendre les principes de hiérarchie visuelle

Exercice 1 :

Le projet de guide de voyage de Mounir a connu un succès sans précédent. L'étape suivante serait de lancer son site web avec un blog d'actualité pour partager les bon plans et expériences afin d'attirer encore plus de visiteurs.

En demandant l'aide de ses amis, on lui a conseillé de respecter les principes de l'hiérarchie visuelle afin d'organiser le contenu de son blog et donc d'assurer une meilleure expérience utilisateur à ses lecteurs.

A vous de jouer !

Identifiez les nom des blocs qui composent une page d'un article web.

<article>

<section>

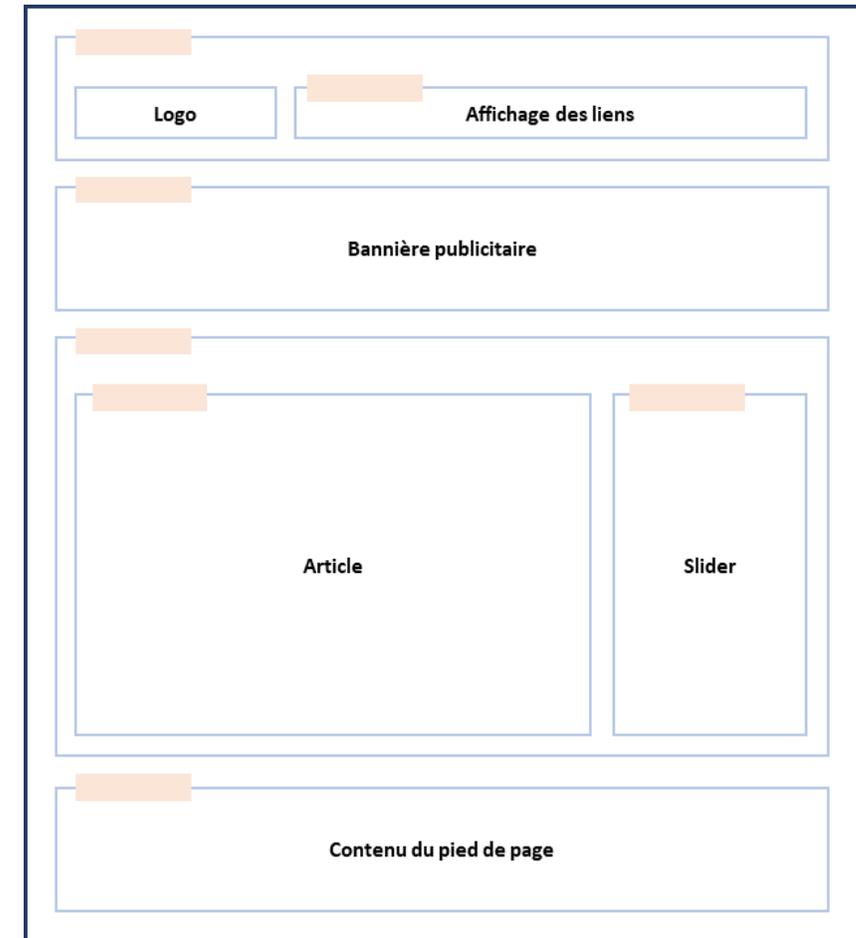
<section>

<aside>

<nav>

<header>

<footer>



Activité 1 :

Comprendre les principes de hiérarchie visuelle



Comprendre les principes de hiérarchie visuelle

Exercice 2 :

Convaincu par l'idée, Mounir décide d'examiner quelques exemples de sites web afin de voir de près l'emploi des techniques de hiérarchisation visuelle des contenus.

A vous de jouer !

Pour chacune des situations suivantes, identifiez la technique de hiérarchie visuelle employée.

Situation 1 :

Cet article s'adresse aux développeurs, aux marketeurs et aux graphic designers en devenant désireux de mieux comprendre les enjeux de la hiérarchie visuelle pour améliorer les performances d'un site internet. J'y aborde les principaux éléments de la hiérarchie visuelle et vous donne des exemples concrets d'application.

Cet article s'adresse aux développeurs, aux marketeurs et aux graphic designers en devenant désireux de mieux comprendre les enjeux de la **hiérarchie visuelle** pour améliorer les performances d'un site internet. J'y aborde les principaux éléments de la hiérarchie visuelle et vous donne des exemples concrets d'application.

Cet article s'adresse aux développeurs, aux marketeurs et aux graphic designers en devenant désireux de mieux comprendre les enjeux de la **hiérarchie visuelle** pour améliorer les performances d'un site internet. J'y aborde les principaux éléments de la hiérarchie visuelle et vous donne des exemples concrets d'application.

Activité 1 :

Comprendre les principes de hiérarchie visuelle



Comprendre les principes de hiérarchie visuelle

Situation 2 :

The image shows the homepage of Hello bank! with a blue background and a woman wearing headphones. The layout is as follows:

- Header:** Hello bank! logo on the left. Navigation links: OFFRE, TARIFS, CARTES BANCAIRES, HELLO WORLD. Two buttons: DEVENIR CLIENT (red) and SE RENDRE CLIENT (blue).
- Main Text:** La banque Mobile, comme vous. Dites Hello à votre banque en ligne.
- Three White Boxes (Promotions):**
 - Left: 50€ Offerts à l'ouverture de votre compte.
 - Center: Gratuit! Votre carte Visa gratuite. Includes images of two Visa cards.
 - Right: 0€ Pas de frais de tenue de compte.
- Buttons:** OUVRIRE UN COMPTE (red) and SUIVRE VOTRE DOSSIER (white).
- Footer:** A small blue speech bubble icon with a question mark in the bottom right corner.

Activité 1 :

Comprendre les principes de hiérarchie visuelle



WEBFORCE
BE THE CHANGE

Comprendre les principes de hiérarchie visuelle

Situation 3 :

Livrer à Clément Paris 75012

Parcourir les catégories

Chez Clément Promotions Chèques-cadeaux Vendre Aide

Découvrez

music unlimited

Plus de 50 millions de titres, partout.

Commencez votre essai gratuit de 30 jours

Bonjour, Clément

Vos commandes 5 commandes récentes

Solde Chèques-cadeaux et Recharge 0.00 €

Client depuis 2015

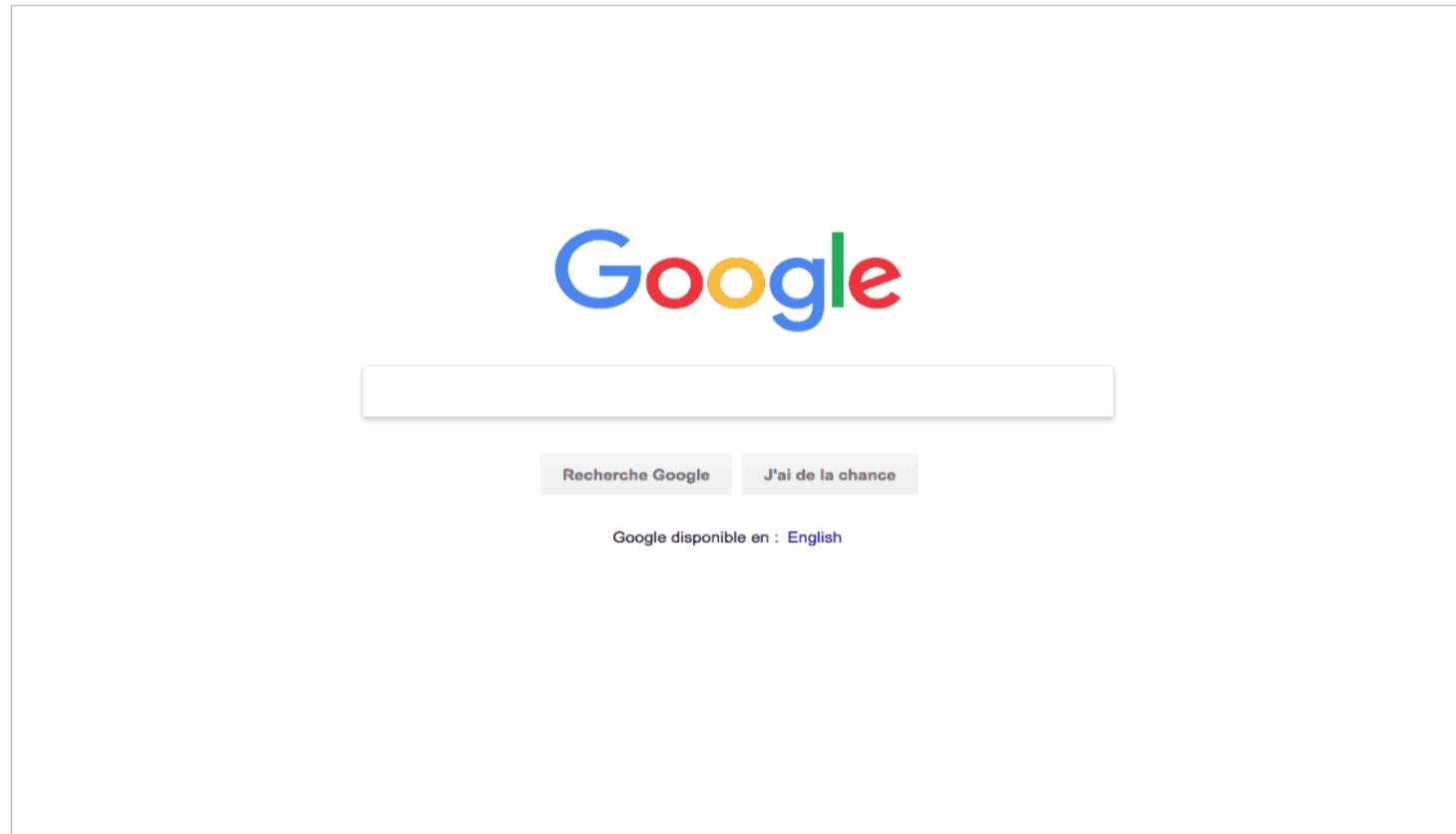
Activité 1 :

Comprendre les principes de hiérarchie visuelle



Comprendre les principes de hiérarchie visuelle

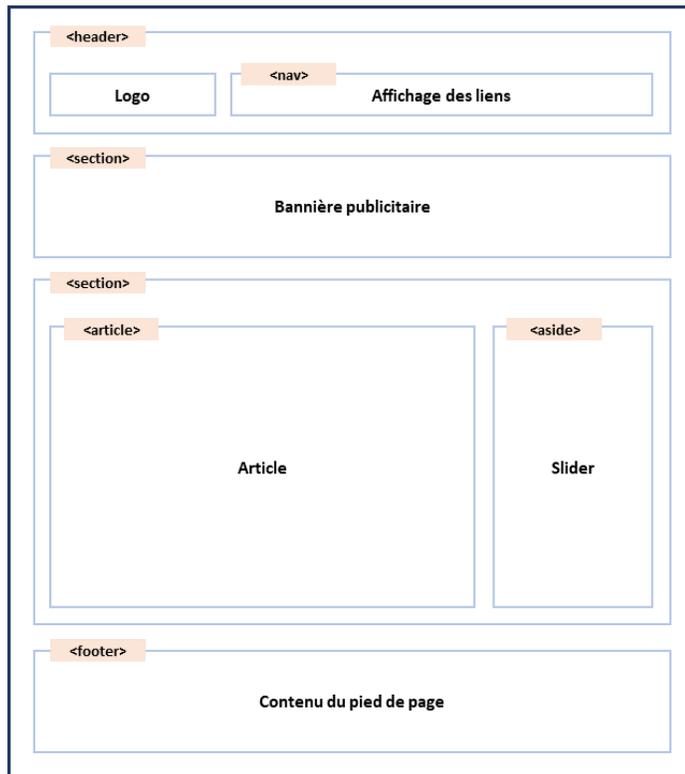
Situation 4 :



Correction

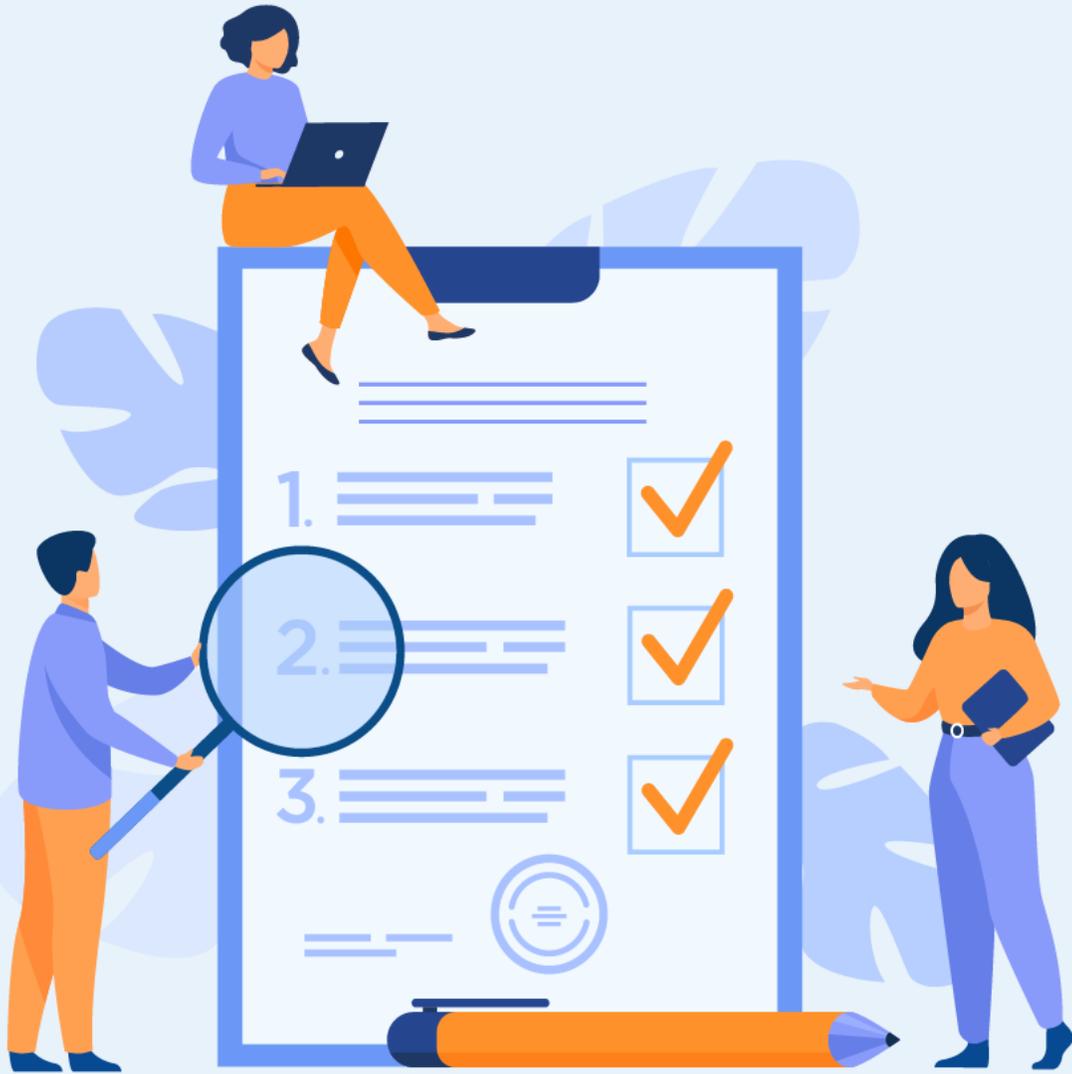
Comprendre les principes de hiérarchie visuelle

Exercice 1 :



Exercice 2 :

1. Contraste puis Couleurs, pour mettre en valeur l'expression "hiérarchie visuelle".
2. La taille, pour mettre en valeur la carte au milieu.
3. Couleurs, pour attirer le regard du visiteur sur des mots ou éléments clés.
4. Espace Négatif (ou white space), il s'agit de l'espace qui existe entre les différents éléments d'un site. La page ne semble pas particulièrement vide. Ici, l'espace négatif permet au visiteur de se concentrer tout de suite sur le moteur de recherche.



ACTIVITÉ n°2

DISTINGUER LES ÉLÉMENTS PRINCIPAUX DES ÉLÉMENTS SECONDAIRES

Compétences visées :

- Connaître des notions sur la mise en valeur d'éléments graphiques

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



4 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier
- Logiciels de PAO (Recommandation : Adobe InDesign. Possible également d'utiliser Adobe Photoshop ou encore Adobe Illustrator)

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Maitriser les notions de mise en valeur d'éléments graphiques
 - Manipuler l'outil de PAO au choix pour créer une maquette tout en suivant les règles d'hierarchie visuelle.
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 2 :

Distinguer les éléments principaux des éléments secondaires



Distinguer les éléments principaux des éléments secondaires

Exercice 1 (Etude de cas) :

- Lors de ses recherches sur l'hiérarchisation de contenu, Mounir remarque que certains objets peuvent sembler plus lourds que d'autres. Il découvre ainsi que ceci est appelé « la pondération visuelle », ou encore « le poids visuel »
- Il désire voir comment ceci est implémenté sur les sites web et demande votre aide
- Pour ce faire, vous allez choisir un site web que vous avez visité

A vous de jouer !

Etape 1 :

- Consultez le site web en question et dégagez les principales informations les plus recherchées par les visiteurs.
- Après avoir quitté le site web : à chaque point d'information dégagé, affectez une valeur (de 1 à 5) en fonction de leur importance.

Etape 2 :

Maintenant examinez à nouveau la conception du site. Affectez une valeur (de 1 à 5) selon l'importance visuelle accordée sur le site.

Question : Les valeurs attribuées à chaque point d'information dégagé à l'étape 1 correspondent-elles à la valeur attribuée à l'importance visuelle à l'étape 2 ?

Que pensez-vous des résultats constatés

Activité 2 :

Distinguer les éléments principaux des éléments secondaires



Distinguer les éléments principaux des éléments secondaires

Exercice 2 :

A présent, Mounir souhaite concevoir la page d'accueil de son site web pour son projet de guide de voyage.

Il commence par lister les éléments qui doivent y apparaître (pas dans l'ordre) :

- **Liste des destinations les plus visitées** (Image à la une, Nom de la destination et un bouton « Découvrir »). On n'affiche que les 5 destinations les plus visitées et on se contente d'un bouton « **Toutes les destinations** » pour nous diriger vers la page « Destinations »
- **Liste des offres à la une** (Image à la une, Destination, Date, Tarif). On n'affiche que les 3 offres à la une les plus récentes et on se contente d'un bouton « **Toutes les offres** » pour nous diriger vers la page « Offres »
- **Témoignages des clients satisfaits** (Photo, témoignage et nom du client)
- **Barre de recherche de destinations** (Zone de texte pour saisir les critères de recherche et un bouton « Rechercher »)
- **Menu principal** (avec les entrées suivantes : Page d'accueil, Destinations, Offres, Blog, Contactez-nous)
- **Logo du site**
- **Slogan du site**
- **En-pied de page** avec les informations suivantes : Brève description du site, Adresse mail, et le lien de sa page Facebook

A vous de jouer !

En utilisant le(s) outil(s) de PAO de votre préférence, proposez une maquette pour la page d'accueil en respectant les principes de l'hierarchie visuelle et l'ordre d'apparition des éléments sur la page.

Activité 2 : Correction



Correction

Exercice 1 :

Dans la plupart des cas, la réponse doit inclure les nuances de 'non'.

Plusieurs facteurs contribuent à ceci, les demandes des clients, généralement inexpérimentés, ou même le manque d'expérience des concepteurs/designers.

→ Le formateur pourrait également demander aux participants de proposer les améliorations nécessaires à l'interface en s'appuyant sur les règles de hiérarchisation apprises.

Activité 2 :

Correction



Correction

Exercice 2 :

En premier lieu, l'apprenant doit être capable de placer les éléments sur la page d'accueil du site web en question dans l'ordre.

L'ordre des éléments doit suivre les consignes suivantes :

En tête de la page web :

- **Logo du site**
- **Menu principal**

Corps de la page web :

- **Slogan du site**
- **Barre de recherche de destinations**
- **Liste des destinations les plus visitées**
- **Liste des offres à la une**
- **Témoignages des clients satisfaits**

En pied de la page web :

- **En-pied de page**

Activité 2 : Correction



Correction

Exercice 2 (Suite) :

Ensuite, l'apprenant doit pouvoir générer une maquette de la page web en respectant l'ordre susmentionné et en veillant au bon respect des règles d'hierarchie visuelle (notamment la taille des éléments).

→ La maquette finale doit se rapprocher du Wireframe suivant :





PARTIE 5

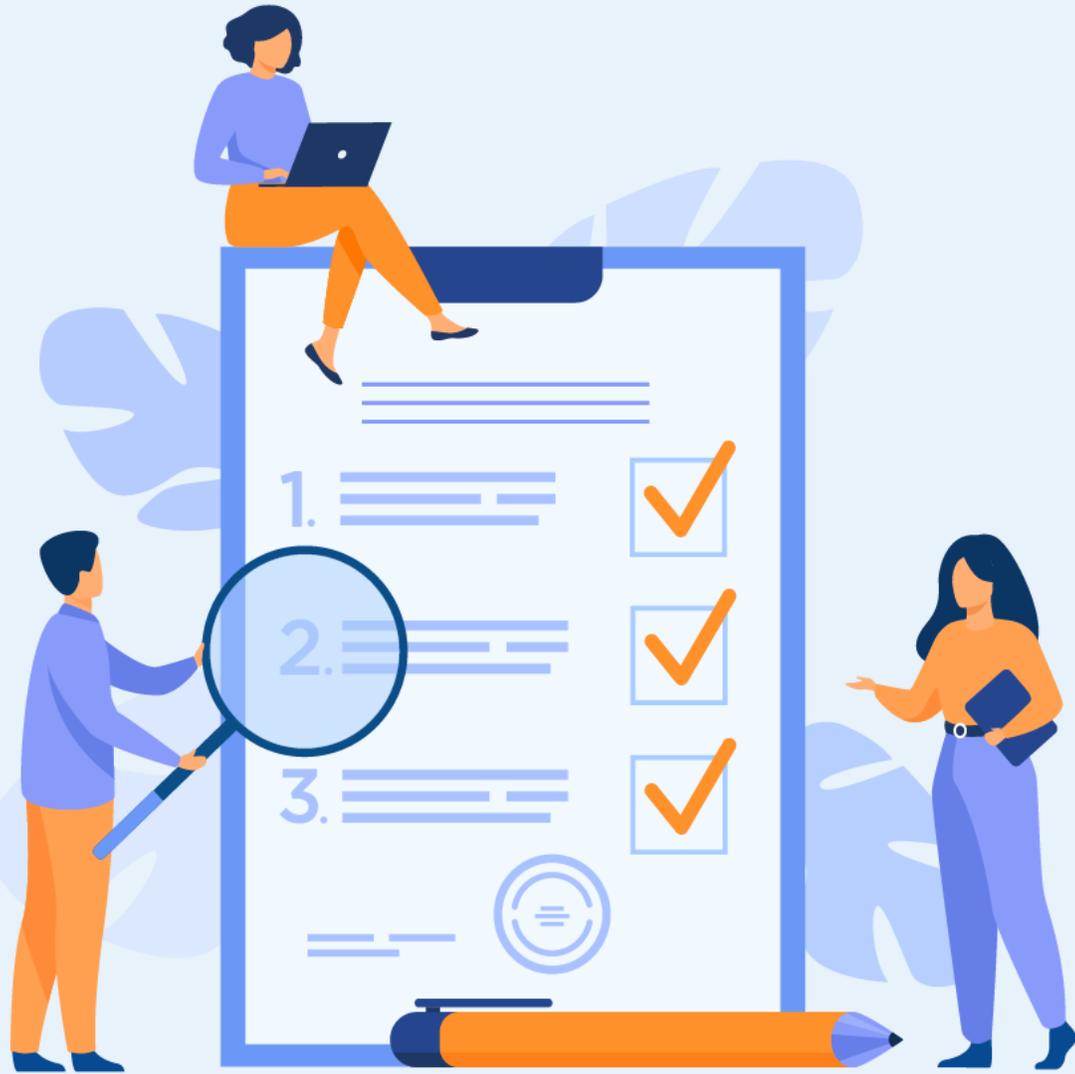
CONSTRUIRE LES BASES D'UNE IDENTITÉ VISUELLE

Dans ce module, vous allez :

- Construire une réflexion créative
- Repérer la cohérence visuelle dans une identité
- Rédiger la charte graphique



17 heures



ACTIVITÉ n°1

CONSTRUIRE UNE RÉFLEXION CRÉATIVE

Compétences visées :

- S'appuyer sur la méthodologie créative
- Définir des objectifs selon l'identité visuelle à définir

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



3 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

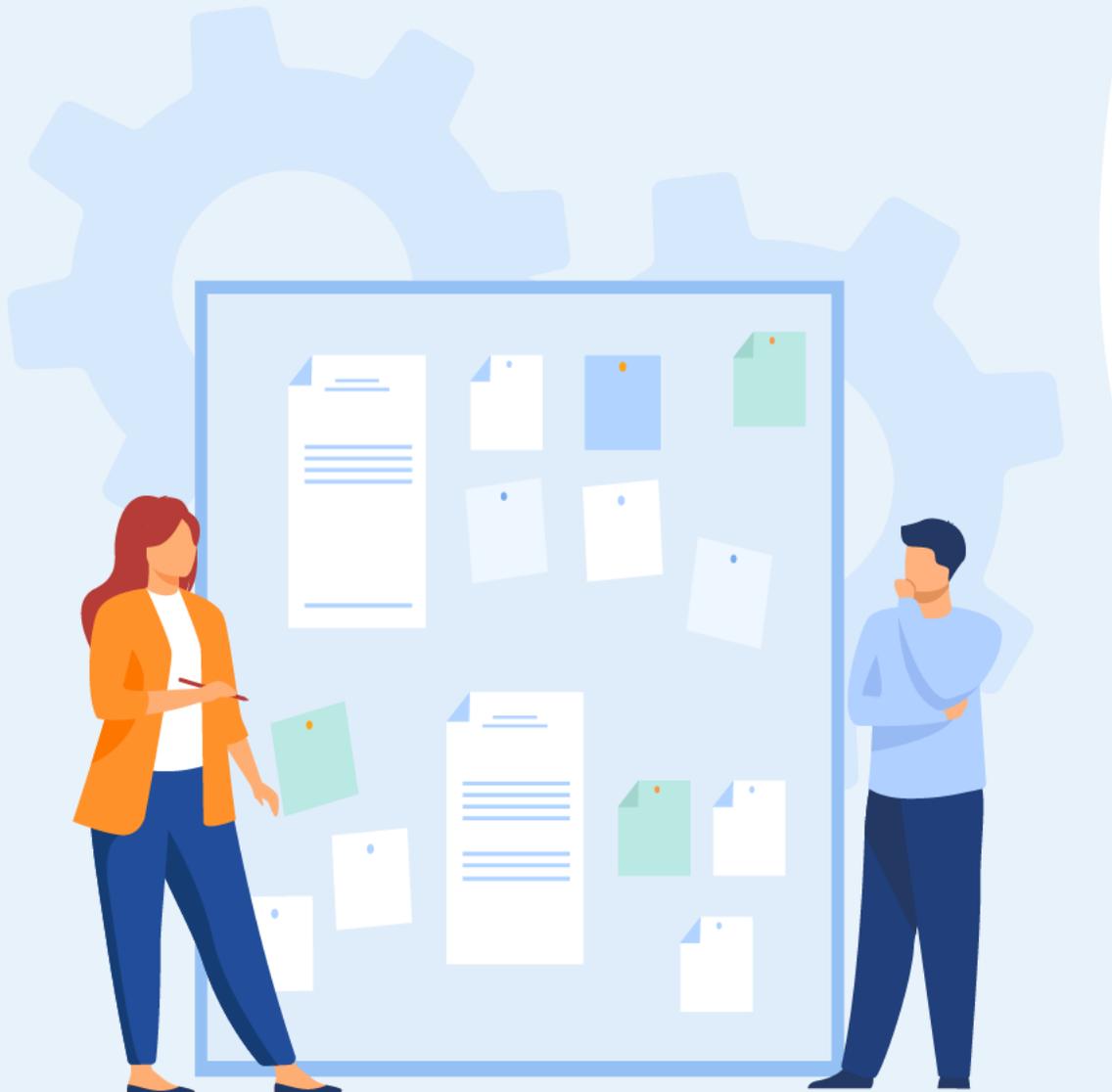
- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier
- Connexion internet

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Pratiquer d'une méthodologie créative
 - Clarifier d'objectifs selon l'identité visuelle à définir
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 1 : Construire une réflexion créative



Construire une réflexion créative

Exercice 1 :

En vue d'obtenir son diplôme en design graphique, Saif devrait passer par une toute dernière étape : Un projet de création d'identité visuelle pour mettre en pratique les connaissances et les compétences apprises pendant ses études.

Saif voulait tout d'abord s'assurer d'avoir les prérequis nécessaires avant de s'y lancer et consulte son professeur. Ce dernier lui propose de prendre un exemple de la vie quotidienne et de l'étudier de près.

Saif pense alors au géant de la visio-conférence « Zoom » et a décidé de faire une petite recherche : « ZOOM a été lancé en 2011 par l'ancien ingénieur Cisco Eric S Yuan. La société fournit principalement des services de conférence téléphonique, de chat et la possibilité de partager des documents. Zoom est une success story depuis le début du printemps 2019, mais la propagation de la Covid a fait exploser son activité. La situation pandémique a multiplié par 20 le nombre d'utilisateurs quotidiens. »

A vous de jouer !

Travail demandé (en binômes) :

Identifiez les spécifications graphiques en suivant les étapes ci-dessous :

1. Définition de la cible,
2. Elaboration de l'analyse SWOT pour l'entreprise « Zoom ».

Vous allez présenter vos travail à l'aide d'une présentation pour justifier vos choix.

Correction

Consignes pour le suivi du projet :

Exercice 1 :

Les indications suivantes sont à titre indicatif, l'apprenant pourrait éventuellement proposer d'autres réponses en argumentant ses choix.

1. Définition de la cible :

→ Le public cible comme définit par le fondateur de l'entreprise sont les clients organisationnels, les PME et les grandes entreprises. Toutefois, avec l'émergence de la Covid, Zoom se trouve désormais cible des nombreuses personnes forcées de télé-travailler.

2. Analyse SWOT :

→ Forces : Facilité d'usage, Bonne qualité d'image (même dans avec des connexions médiocres), Aspect ludique (fond virtuel)

→ Faiblesses : Durée de réunion limitée, Une réunion à la fois, Encryptage/sécurité discutable

→ Opportunités : Demande internationale, Nouvelle habitudes de travail (émergence du travail à distance), Attractivité des solutions gratuites

→ Menaces : Nombreuses concurrences, Règlement sur les données personnelles



ACTIVITÉ n°2

REPÉRER LA COHÉRENCE VISUELLE DANS UNE IDENTITÉ

Compétences visées :

- Mettre en pratique des usages graphiques

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



4 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

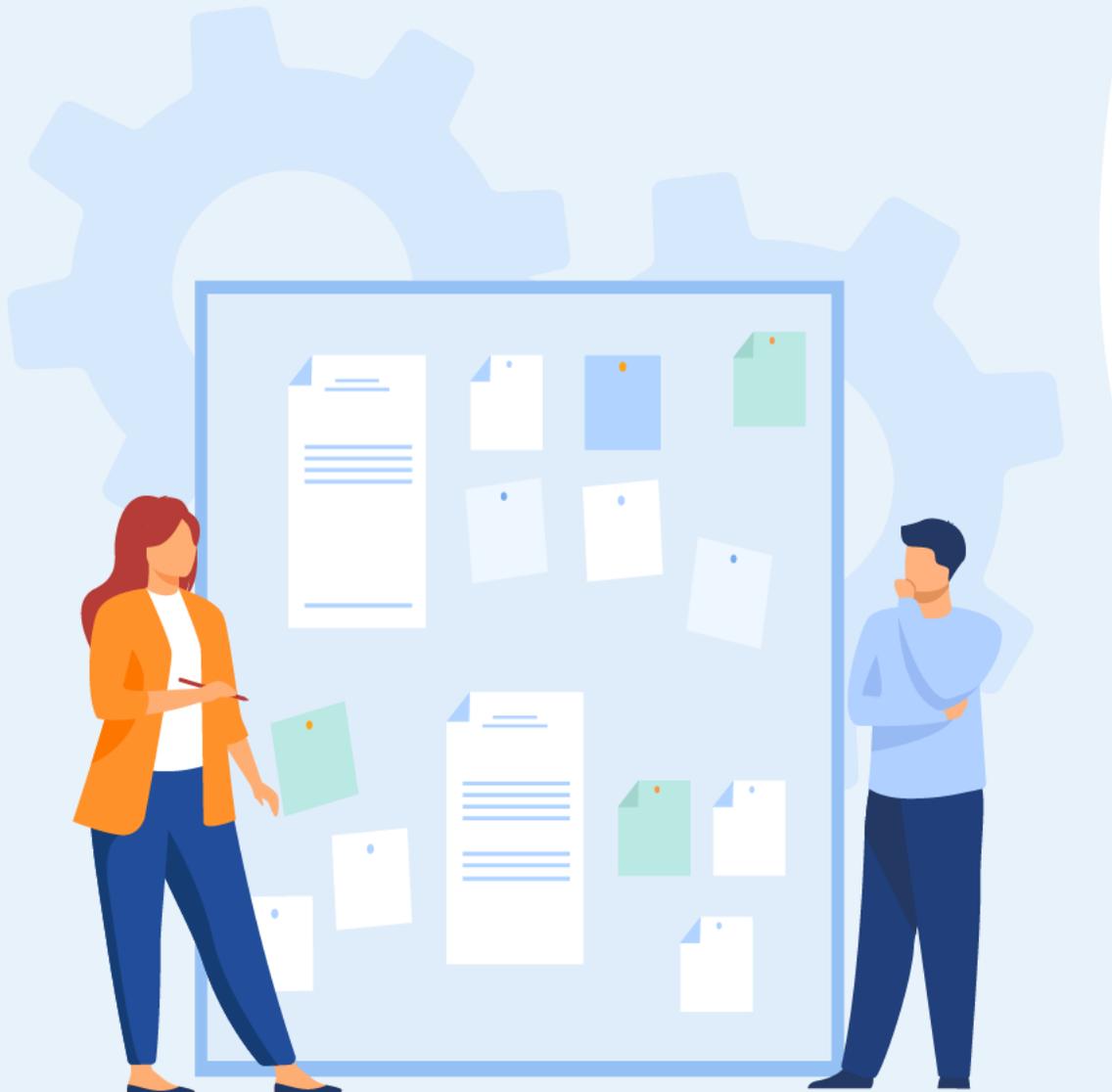
- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier
- Ordinateur et le site web Pinterest

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Reconnaître les usages graphiques en pratique
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 2 :

Repérer la cohérence visuelle dans une identité



Repérer la cohérence visuelle dans une identité

Exercice 2 :

On se propose d'étudier le géant de la visio-conférence « Zoom ».

« ZOOM a été lancé en 2011 par l'ancien ingénieur Cisco Eric S Yuan. La société fournit principalement des services de conférence téléphonique, de chat et la possibilité de partager des documents. Zoom est une success story depuis le début du printemps 2019, mais la propagation de la Covid a fait exploser son activité. La situation pandémique a multiplié par 20 le nombre d'utilisateurs quotidiens».

A vous de jouer !

Travail demandé (en binômes) :

1. Dégagez les supports de communication appropriés pour cette marque.
2. Construisez un Moodboard (aussi appelé "planche d'inspiration") sur Pinterest contenant un assemblage d'images, d'objets ou de mots qui est utilisé pour exprimer le style choisi dans le cadre du développement de l'identité visuelle.

Vous allez présenter vos travaux à l'aide d'une présentation pour justifier vos choix.

Activité 3 : Correction



Correction

Consignes pour le suivi du projet :

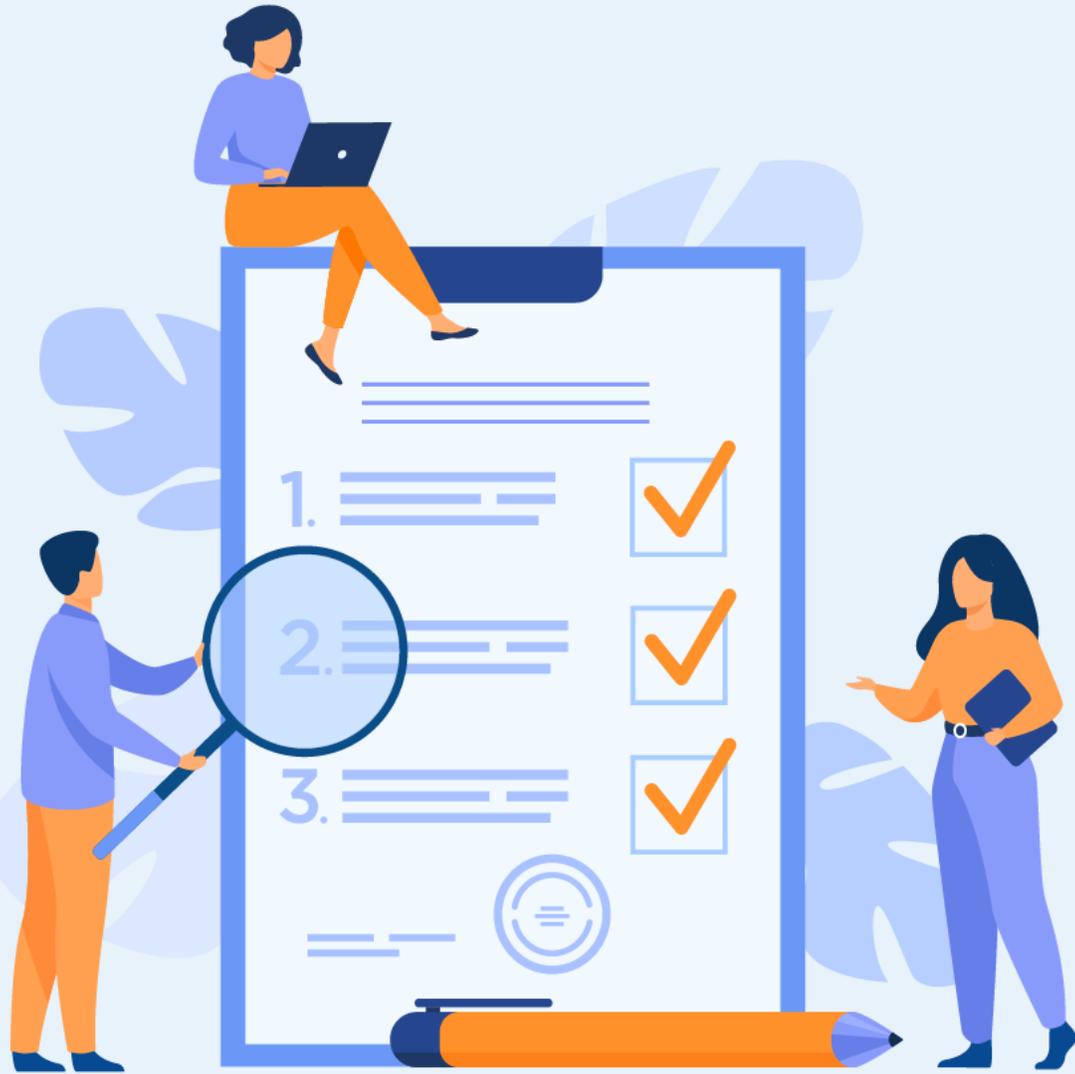
Exercice 2 :

1. Choix des supports de communication : L'apprenant doit pouvoir distinguer entre les supports print et les supports digitaux en proposant quelques exemples pour chaque catégorie. Les propositions de supports de communication appropriés pour cette marque devraient se baser essentiellement sur les canaux digitaux.

→ Quelques exemples de supports de communication digitaux : Le site web, les bannières publicitaires, les canaux sociaux (Page Facebook, Compte Instagram, etc.), etc.

2. Moodboard : L'apprenant doit savoir manipuler Pinterest pour créer un tableau (espace de collection des éléments) et y ajouter les visuels choisis.

→ Les visuels doivent s'inscrire dans une approche plutôt institutionnelle. Les visuels choisis (formes, couleurs, ..) doivent aspirer de la confiance, sécurité et fiabilité.



ACTIVITÉ n°3

RÉDIGER LA CHARTE GRAPHIQUE

Compétences visées :

- Préparer les éléments constitutifs de la charte graphique

Recommandations clés :

- Lire attentivement l'énoncé et les questions
- Se référer au cours
- Se mettre dans le contexte de la problématique posée dans l'activité



10 heures

CONSIGNES

1. Pour le formateur :

- Laisser à l'apprenant l'occasion de comprendre seul l'énoncé
- S'assurer de la bonne compréhension du contexte avant de lui laisser le temps de réfléchir et répondre
- Discuter les réponses des apprenants avant de donner la solution

2. Pour l'apprenant :

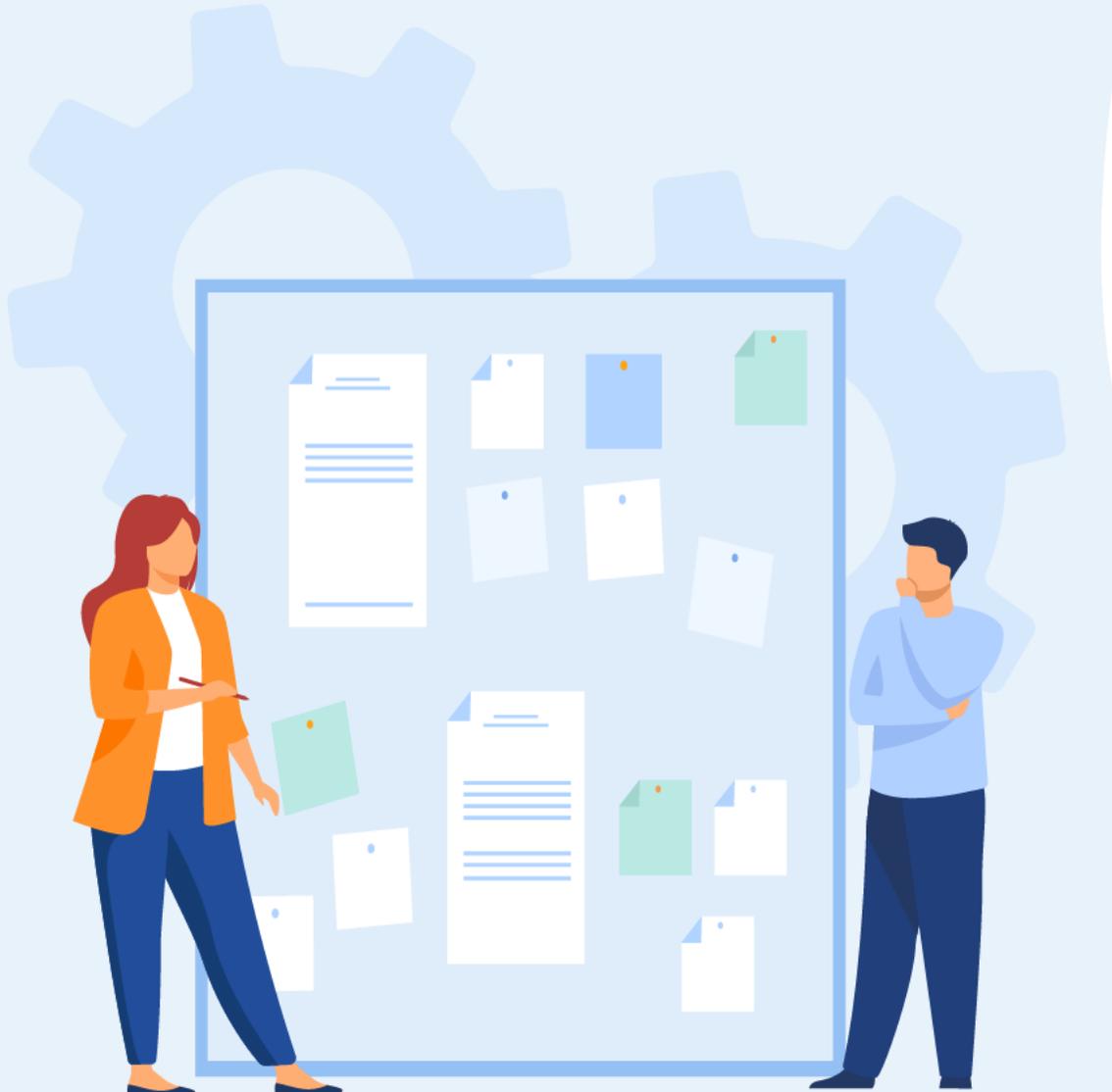
- Lire et bien comprendre la question
- Essayer de trouver de vous-même une réponse à cette question et la noter
- Parcourir les réponses proposées
- Pour chaque réponse : La comparer à votre réponse et cochez la si elle lui correspond ou bien compatible

3. Conditions de réalisation :

- Individuel ou par groupes (2 ou 3 maximum)
- Support de résumé théorique accompagnant
- Stylo et feuille de papier
- Logiciels de PAO

4. Critères de réussite :

- Le stagiaire est-il capable de :
 - Recueil des éléments constitutifs de la charte graphique
 - Argumenter ses choix graphiques
- Réponses correctes pour au moins 70% des questions



Activité 3 : Rédiger la charte graphique



Rédiger la charte graphique

Projet : Identité visuelle pour “Donut Delight” (Partie 1/3)

- En concluant l’exercice proposé par son professeur, Saif se sent prêt pour entamer son projet de fin d’études. Il propose alors à son ami Amir, propriétaire d’un Donut Shop, de créer une identité visuelle pour son business afin de l’aider à se démarquer de la concurrence. Ce dernier était excité par l’idée
- On se propose de créer une identité visuelle pour le Donut Shop “Donut Delight” installé dans un quartier chic. La pâtisserie est connue pour ses beignets personnalisables et fait sur commande qui attirent à la fois les jeunes et les moins jeunes
- Le magasin en lui-même est un petit endroit cosy qui dispose de quelques tables pour accueillir les gens. Le propriétaire compte également ajouter un service de livraison à domicile via un site web et une application mobile qui seront développés

A vous de jouer !

Travail demandé (en solo) :

Identifiez les spécifications graphiques en suivant les étapes ci-dessous :

1. Définition de la cible,
2. Elaboration de l’analyse SWOT pour le Donut Shop “Donut Delight” .

Vous allez présenter votre travail à l’aide d’une présentation PowerPoint (ou toute autre outil de présentation de votre choix) pour justifier votre choix.

Activité 3 : Rédiger la charte graphique



Rédiger la charte graphique

Projet : Identité visuelle pour “Donut Delight” (Partie 2/3)

On se propose de créer une identité visuelle pour un Donut Shop “Donut Delight” installé dans un quartier chic. La pâtisserie est connue pour ses beignets personnalisables et faits sur commande qui attirent à la fois les jeunes et les moins jeunes.

Le magasin en lui-même est un petit endroit cosy qui dispose de quelques tables pour accueillir les gens. Le propriétaire compte également ajouter un service de livraison à domicile via un site web et application mobile qui seront développés.

A vous de jouer !

Travail demandé (en solo) :

1. Dégagez les supports de communication appropriés pour cette marque.
2. Construisez un Moodboard (aussi appelé “planche d’inspiration”) sur Pinterest contenant un assemblage d’images, d’objets ou de mots qui est utilisé pour exprimer le style choisi dans le cadre du développement de l’identité visuelle.

Vous allez présenter votre travail à l’aide d’une présentation PowerPoint (ou toute autre outil de présentation de votre choix) pour justifier votre choix.

Activité 3 : Rédiger la charte graphique



Rédiger la charte graphique

Projet : Identité visuelle pour “Donut Delight” (Partie 3/3)

On se propose de créer une identité visuelle pour un Donut Shop “Donut Delight” installé dans un quartier chic. La pâtisserie est connue pour ses beignets personnalisables et faits sur commande qui attirent à la fois les jeunes et les moins jeunes.

Le magasin en lui-même est un petit endroit cosy qui dispose de quelques tables pour accueillir les gens. Le propriétaire compte également ajouter un service de livraison à domicile via un site web et application mobile qui seront développés.

A vous de jouer !

Travail demandé (en solo) :

Pour cette étape, et en utilisant le(s) outil(s) de PAO de votre préférence, proposez une identité visuelle pour Donut Shop “Donut Delight”. L'identité visuelle doit, au minimum, contenir les éléments suivants :

1. Logo
2. Palette de couleurs
3. Typographie

D'autres éléments pourront également être ajoutés selon vos préférences.

Vous devez présenter votre travail sous forme d'un document de charte graphique contenant les éléments graphiques conçus ainsi que l'argumentation appropriée pour justifier votre choix.

Activité 3 : Correction



Correction

Consignes pour le suivi du projet :

Projet (Partie 1/3) :

Les indications suivantes sont à titre indicatif, l'apprenant pourrait éventuellement proposer d'autres réponses en argumentant ses choix.

Définition de la cible :

- Le Donut Shop attire à la fois les jeunes et les moins jeunes.
- L'identité de marque (particulièrement l'identité visuelle) ne doit pas être orientée vers une tranche d'âge spécifique aux dépens de l'autre.

Analyse SWOT :

- Forces : Des beignets personnalisables et faits sur commande, les beignets plaisent à la fois aux jeunes et aux moins jeunes, endroit cosy
- Faiblesses : (Actuellement) manque un service de livraison, dispose de quelques tables (limités en nombre)
- Opportunités : Installé dans un quartier chic (public financièrement aisé), Bonne réputation en dehors du quartier
- Menaces : Concurrence, Restrictions sanitaires (à cause de la COVID-19)

Correction

Consignes pour le suivi du projet :

Projet (Partie 2/3) :

L'apprenant doit pouvoir distinguer entre les supports print et les supports digitaux en proposant quelques exemple pour chaque catégorie.

Des exemples de supports de communication appropriés pour cette marque :

1. Supports de communication print :

→ Emballage de la boîte à beignets, le menu, des affiches publicitaires, l'habillage de la pâtisserie (roll-ups par exemple), la carte visite du propriétaire, etc.

2. Supports de communication digitaux :

→ Le site web, l'application mobile, les canaux sociaux (Page Facebook, Compte Instagram, etc.), etc.

Activité 3 : Correction



Correction

Consignes pour le suivi du projet :

Projet (Partie 3/3) :

L'étudiant doit livrer un document de charte graphique contenant au moins les éléments suivants :

1. **Logo** : Qui doit être sous format vectoriel
2. **Palette de couleurs** : Un choix de palette doit être argumenté. Les couleurs doivent être présentées avec leurs codes Hexadécimal, RVB et CMJN.
3. **Typographie** : Au moins une typographie principale doit être livrée. Une typographie secondaire pour compléter la première est optionnelle.

→ La charte graphique peut également inclure des mockups et/ou exemples de supports de communication : Affiche, Roll-up, etc.