

Le Petit Guide de La Communication



L'affiche non diffusé

La simplicité est l'ultime de la sophistication – Léonard de Vinci

- **Les points clés d'une affiche**
 - **Typographie simple**, (Arial, helvétique) Jouez avec les différentes graisses (light, bold, etc.), c'est amplement suffisant. Mais surtout bannissez la Comic sans MS, sous peine d'être mordu par un graphiste.
 - **Limiter les éléments graphique**, Même si une seule image ne peut pas tout dire, elle agit comme un symbole. Le but est de comprendre le principe.
 - **Évitez la “fête à la couleur”** Pour ne pas faire d'erreur, choisissez deux ou trois couleurs maximum qui s'harmonisent bien. Il existe de très belles couleurs claires ou grisées qui sont peut-être plus modernes et originales que ce fichu vert anis.
 - **Laissez des espaces vides**. En graphisme on appelle ça des espaces de respiration. Laissez de la place entre chaque élément et évitez de tout écrire en super gros, ce n'est pas plus lisible.

L'affiche

La simplicité est l'ultime de la sophistication – Léonard de Vinci

- Les points clés d'une affiche
 - Typographie simple
 - Limiter les éléments graphique
 - Évitez la “fête à la couleur”
 - Laissez des espaces vides
 - Créer l'affiche en format PDF

L'affiche

"Less is more"



Exemples d'affiches abordant un thème cher à la publicité mais traité avec l'intelligence du minimalisme. On dit tout avec presque rien. Ça fait travailler l'imaginaire, ça paraît plus subtile et moins vulgaire

L'affiche

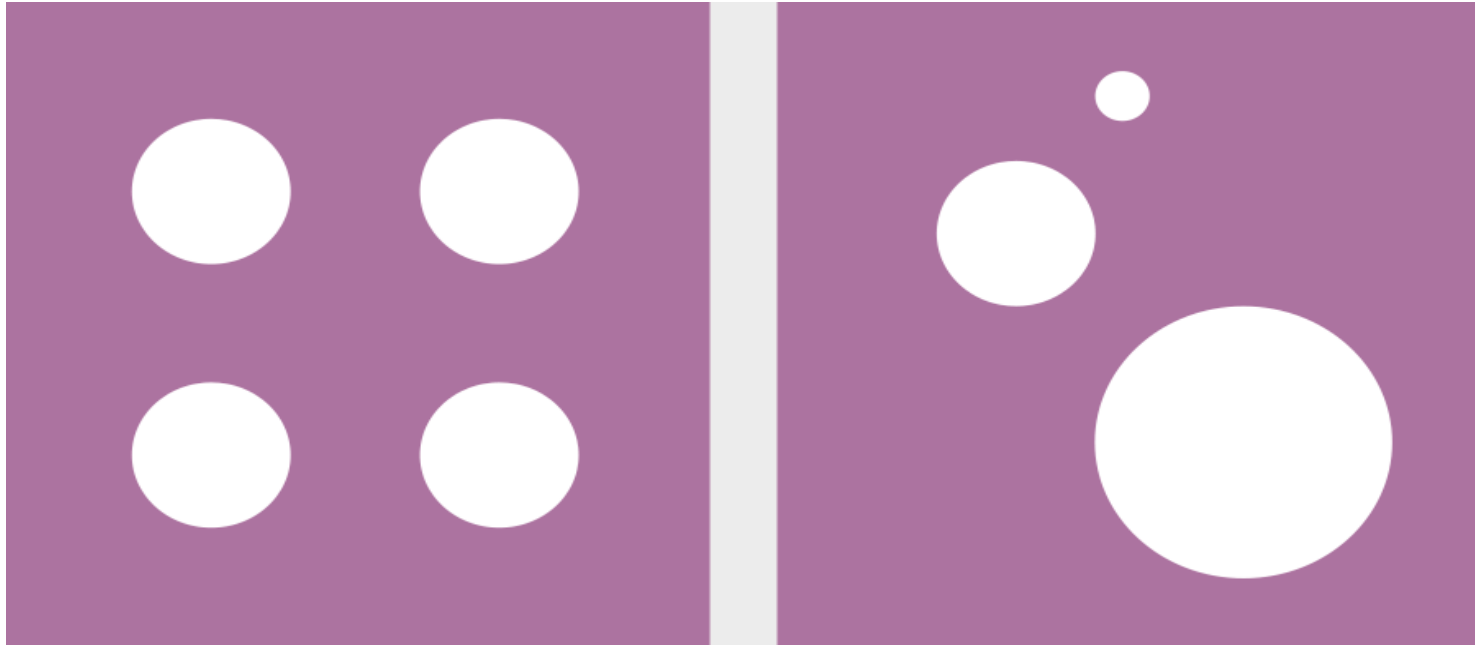
"Less is more"



Même si l'on voit bien l'effort de composition sur l'affiche de gauche, il apparaît nettement un manque d'esprit de synthèse et de hiérarchisation. Tout est dit et montré à la même taille, l'impact est nettement moins fort que sur l'affiche de droite qui pourtant pourrait paraître à première vue "simpliste". En mettant de côté le débat impliqué par un concept très osé politiquement, l'affiche a de l'impact, est simple, tout en adoptant un style graphique propre. L'affiche de droite me semble donc plus réussie et son message sera certainement mieux passé

L'affiche

La règle de 3



À gauche la symétrie donne une sensation de rigidité alors qu'à droite les cercles semblent plus vivants.

Le flyer

Les mêmes codes que l'affiche

- **Les points clés d'un flyer :**
 - **Typographie simple**, (Arial, helvétique) Jouez avec les différentes graisses (light, bold, etc.), c'est amplement suffisant. Mais surtout bannissez la Comic sans MS, sous peine d'être mordu par un graphiste. Le message doit respecter la règles des 3 C (Clair, Concis, Concrêt)
 - **Limiter les éléments graphique**, Même si une seule image ne peut pas tout dire, elle agit comme un symbole. Le but est de comprendre le principe et les images en lien avec l'événement.
 - **Évitez la "fête à la couleur"** Pour ne pas faire d'erreur, choisissez deux ou trois couleurs maximum qui s'harmonisent bien. Il existe de très belles couleurs claires ou grisées qui sont peut-être plus modernes et originales que ce fichu vert anis.
 - **Laissez des espaces vides**. En graphisme on appelle ça des espaces de respiration. Laissez de la place entre chaque élément et évitez de tout écrire en super gros, ce n'est pas plus lisible.

Le flyer

Les mêmes codes que l'affiche

- Les points clés d'un flyer :
 - Typographie simple
 - Limiter les éléments graphique
 - Évitez la “fête à la couleur”
 - Laissez des espaces vides
 - Créer Le Flyer au format PDF ou JPEG

Le flyer

Les mêmes codes que l'affiche

Un flyer ou prospectus est un texte à vocation publicitaire sur un support papier distribué dans les espaces publics et privés pour communiquer. Il permet de faire passer une idée, un message, de promouvoir un produit ou d'annoncer un événement (artistique, politique, culturel).



Un flyer est un support promotionnel éphémère, il doit capter l'attention du lecteur tout de suite par son visuel et son contenu marquant, sous peine d'être oublié l'instant d'après. Il a pour but de communiquer un maximum d'informations pertinentes au maximum de personnes.

Le site Internet

Ergonomie, Compatibilité, Accessibilité

- Objectif du site:
- Présentation des informations
- Rédactions du contenu
- Images & animations

Le site Internet

Ergonomie, Compatibilité, Accessibilité

- Objectif du site:
 - Afficher le nom et le logo de l'association en gros et bien en vue.
 - Ajouter une signature / slogan qui résume explicitement l'activité du site.
 - Mettre en valeur les fonctions principales pour que la page d'accueil remplisse pleinement son rôle de point d'orientation.

Le site Internet

Ergonomie, Compatibilité, Accessibilité

- Présentation des informations :
 - Inclure dans la page d'accueil un lien Contactez-nous qui pointe sur une page contenant toutes les coordonnées de l'entreprise.
 - Chargement rapide
 - Menu accessible
- Rédaction du contenu
 - Privilégier un vocabulaire centré sur les clients (pas de termes internes, trop techniques ou jargon commercial).
 - Eviter les redondances, même pour souligner leur importance.
 - Veiller à la cohérence de la casse (majuscules/minuscules).
 - Eviter les listes à puces contenant un seul élément.
 - Décrire les actions à accomplir de façon claire, employer de préférence l'impératif ("découvrez ce CD" est plus accrocheur que "vous pouvez découvrir ce CD ici" par exemple).
 - Développer la première occurrence de chaque abréviation et de chaque sigle.
 - Eviter les points d'exclamation !
 - Ne pas abuser des majuscules

Le site Internet

Ergonomie, Compatibilité, Accessibilité

- Images et animations
- Se servir des images avant tout pour mettre en valeur le contenu plutôt que pour décorer simplement la page.
- Ajouter une légende aux images et aux photos si le contexte ne suffit pas à les rendre explicites.
- Ajuster les images à la taille d'affichage (plutôt rogner que rapetisser pour du JPG).
- Eviter les éléments graphiques en filigrane (images en arrière-plan et texte au premier plan).
- Ne pas utiliser d'animations en page d'accueil : déconseillées parce qu'elles n'apportent pas d'information et détournent l'utilisateur du contenu véritable.
- Pas d'animation pour les éléments essentiels (logo, titre, signature): c'est souvent assimilé à de la pub.

Le site Internet

Exemple

2/3



Le K Communication

Studio de communication et graphisme

Accueil

Prestation

Portfolio

Contact

Studio de communication et graphisme créé en 2005, **le K est** une petite structure agile, indépendante et vivante située à Angers. Au service des entreprises quelles que soient leurs tailles, leurs offres de services, leurs besoins en communication.

Ma philosophie est de travailler dans le qualitatif et non dans le quantitatif. Je souhaite pour cela établir, avec mes clients des relations de proximité et de confiance sur le long terme. Avec comme valeurs maîtresses, l'expertise, la souplesse et la réactivité.

Le K communication



5 avenue des Arts et Métiers
49100 ANGERS

© 2015 par le K communication.

Créé avec Wix.com

Le site Internet

Reférentiel de site gratuit

	Site gratuit & Qualité professionnelle	+500
	Très facile et bon marché	+200
	Créez un site à votre image	+175
	Des sites magnifiques en quelques minutes seulement	17
	Illimité Hosting	+200
	Thèmes entièrement personnalisables	+500