

- Formation -

**CONCEVOIR, CRÉER ET FABRIQUER
SES SUPPORTS DE COMMUNICATION
ET PLUS SPÉCIFIQUEMENT SES IMPRIMÉS**

Objectif :

- Acquérir les méthodes permettant de mener à bien la réalisation de ses supports de communication.
- Sélectionner les bons supports de communication en fonction des cibles et des objectifs de communication.
- Donner les clés permettant d'aborder efficacement les grandes étapes de la réalisation d'un support de communication.

Alternance entre exposés théoriques étayés de nombreux exemples de documents et exercices participatifs.

Outils : Quizz, cas pratiques, critiques de documents divers (affiches, programmes, dépliant,...)

Durée : 2 jours, les 6 et 7 décembre 2010

Horaires : 9 h30 à 12 h 30 et 14h à 17 h 30

PROGRAMME

Rapide tour de table : expériences et attentes de chaque participant.

1/ Définir et situer une action de communication : 1/2 journée

RAPPEL DES CONCEPTS ET PRINCIPE DE LA COMMUNICATION

- Le schéma de Laswell
 - Qui ? l'émetteur (l'entreprise/la marque) - le positionnement
 - À qui ? les cibles (les récepteurs)
 - Dit quoi ? le message
 - Avec quel effet ? le résultat
- 7 grands principes de communication

IDENTITÉ ET CHARTE GRAPHIQUE

- Les identifiants : le logotype, la signature, les couleurs
- La charte graphique et éditoriale : déclinaison d'un principe graphique et éditoriale - tenir compte de l'existant, lignes graphiques, cohérence / identité et crédibilité.

LES DOCUMENTS AU SERVICE DES OBJECTIFS DE COMMUNICATION

exercice pratique : lister les différents objectifs et répertorier les documents répondant au différents types d'objectifs.

- Spécificités des différents types de documents
 - Les documents "d'appel" dont la vocation est d'interpeler les publics cible (affiche, carte postale, flyer, annonce presse,...)
 - Les documents à vocation informative et/ou institutionnelle (invitation, plaquette, dépliant, programme,...)
 - Les documents à vocation institutionnelle (invitation, plaquette, chemise...)
- Structurer le contenu (textes et visuels) selon chaque types de documents
 - Principes généraux de rédaction, déclinaison d'un style rédactionnel.

2/ Piloter la réalisation d'un imprimé : 1 jour

LA CHAÎNE GRAPHIQUE ET LA FABRICATION D'UN DOCUMENT IMPRIMÉ

Exposé étayé d'exemples de documents + Quizz portant sur la terminologie de la chaîne graphique

ÉTABLIR UN CAHIER DES CHARGES

les rubriques fondamentales du brief créatif

- Le contexte et fait principal, l'objectif, les cibles, la concurrence, l'accroche ou la promesse, le ton de la communication, instructions et contraintes.
- La création et l'exécution d'une maquette

- le choix d'un format et caractéristiques techniques, la mise en page, remise d'un projet, maquettes et bons à tirer, couleurs primaires et séparation de couleurs, épreuves de contrôle.

- **Les procédés d'impression**

- l'impression offset (feuille à feuille, rotative), l'impression numérique, la sérigraphie,

- **Le choix du papier**

- **Le façonnage**

- brochure, reliure et papeterie

- **La finition**

- les différents types de pelliculage,

- les vernis : offset, acrylique, UV, répulsifs, sélectif.

CHOISIR UN PRESTATAIRE ET INSTAURER UNE COLLABORATION DE QUALITÉ

- Une agence, un graphiste indépendant, Un imprimeur,...

- Communiquer de manière professionnel avec vos interlocuteurs

- Rédiger une demande de devis (création, exécution, impression,...)

- Évaluer les réponses des prestataires

METTRE EN PLACE DES OUTILS D'ORGANISATION ET DE SUIVI D'UNE ACTION DE COMMUNICATION

- La fiche technique

- Évaluer les délais et établir un retroplanning

Exposé s'appuyant sur des exemples concrets proposés, le cas échéant, par les participants

3/ Initiation au graphisme et à la mise en page : 1/2 journée

Exposé s'appuyant sur des exemples de documents

- ◆ **Approche de la couleur**

- Le cercle chromatique - couleurs primaires et secondaires

- Le vocabulaire de la couleur

- La symbolique de la couleur

- Couleur et lisibilité ou la couleur au service du message

- ◆ **Le choix et l'achat de l'iconographie**

- photos ou illustrations : recherche d'images libres de droits ou d'images droits gérés

- sélectionner un photographe et préparer un reportage

- ◆ **La mise en page**

- La classification des caractères typographiques

- Le langage des invariants typographiques

(capitale/bas de casse, romain/italique, maigre/gras)

- La hiérarchie des corps
- Le choix de l'interlignage
- La justification
- Lisibilité et mise en page
- Quelques règles typographiques de mise en page
- Les rapports texte/image (cadrage et disposition des images dans le format)

Le temps éventuellement disponible sera mis à profit pour réaliser un exercice pratique.

C'est aussi l'occasion pour chaque participant de bénéficier du regard d'un professionnel sur les productions de documents en cours ou déjà réalisées... Chacun est donc invité à apporter ses propres documents !