

## A5 – Communication

### Chapitre 4 - L'identité visuelle de l'entreprise

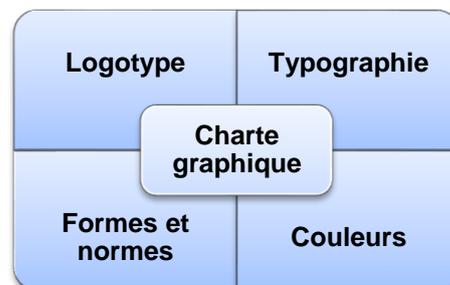
Certains travaux mettent en œuvre une IA générative. Gardez à l'esprit les éléments suivants :

- Si ces tâches vous sont demandées lors d'un examen, vous devrez les réaliser sans IA.
- Les propositions de l'IA peuvent contenir des hallucinations à contrôler et à corriger.

#### Problématique

L'identité visuelle est essentielle pour assurer la reconnaissance et la cohérence de l'image d'une entreprise. Mal définie elle peut nuire à la perception de la marque et à son positionnement.

- Le **logotype** identifie rapidement l'entreprise ou la marque.
- La **typographie** joue et facilite la lisibilité et l'accessibilité aux contenus. Un mauvais choix peut rendre la communication confuse et incohérente.
- Les **normes d'entreprise** précisent comment appliquer ces éléments sur les supports (papier, web, signalétique). Sans cadre strict, l'image de marque peut être dégradée.
- La **charte graphique** définit les règles d'utilisation des éléments visuels (logo, couleurs, typographies, mises en page, normes). Son respect garantit l'uniformité et le professionnalisme de la marque.



Les principaux enjeux sont la différenciation par une identité forte, la cohérence des supports, l'accessibilité des contenus et la protection de la marque contre les usages inappropriés.

#### Sommaire (8 h 05)

Sommaire (8 h 05)		
<b>Problématique</b>	1	10'
<b>Introduction</b>		
QCM	2	10'
Réflexion 1. Repérer les composants et la symbolique d'un logo	3	35'
Réflexion 2. Choisir une typographie adaptée	4	20'
Réflexion 3. Choisir une forme visuelle adaptée à un contexte	5	20'
Réflexion 4. Créer un logotype personnel	6	2 h 00'
Réflexion 5. Identifier les problèmes de qualité	7	15'
Réflexion 6. Créer un logo avec une IA générative	8	15'
<b>Missions professionnelles</b>		
Mission 1. Dessiner un logo et créer un papier à en-tête	9	50'
Mission 2. Créer un logo et le décliner sur les institutionnels	10	2 h 00'
Mission 3. Illustrer un document avec une IA	11	40'
Mission 4. Créer une charte graphique, un logo et un chier des charges avec une IA	12	40'
<b>Ressources</b>		
1. Comprendre un logo	14	
2. Choisir des couleurs adaptées	14	
3. Sélectionner des polices de caractères adaptées	15	
4. Comprendre la signification des formes	16	
5. Concevoir une charte graphique	17	
6. Utiliser les outils graphiques de Word	18	

Bilan de compétences	19	
----------------------	----	--

## Introduction

### Chapitre 4 – L'identité visuelle de l'entreprise

Questions	Avant	Réponses	Après
<b>Question 1</b> Le logo utilise une communication	<input type="checkbox"/>	Alternative	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Sociologique	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Physique	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Symbolique	<input type="checkbox"/>
<b>Question 2</b> Les couleurs primaires sont	<input type="checkbox"/>	CMJ	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	CMJN	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	RVB	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	CRVN	<input type="checkbox"/>
<b>Question 3</b> Combien existe-t-il de couleur primaire ?	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
<b>Question 4</b> Au japon le blanc est symbole de	<input type="checkbox"/>	Pureté	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Deuil	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Naissance	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Innocence	<input type="checkbox"/>
<b>Question 5</b> La croix rouge devient dans les pays musulmans :	<input type="checkbox"/>	Un rectangle rouge	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un cercle rouge	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un croissant rouge	<input type="checkbox"/>
<b>Question 6</b> Les polices sérif sont également appelées :	<input type="checkbox"/>	A empattement	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Scripts	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Sans empattement	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Egyptienne	<input type="checkbox"/>
<b>Question 7</b> Les polices fantaisies sont à réserver	<input type="checkbox"/>	Au corps du texte	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Aux titres	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Aux sous titres	<input type="checkbox"/>
<b>Question 8</b> Le cercle est synonyme	<input type="checkbox"/>	De perfection	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	D'absolu	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	D'infini	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De stabilité	<input type="checkbox"/>
<b>Question 9</b> Les formes anguleuses sont synonymes	<input type="checkbox"/>	De féminité	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De masculinité	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De distinction	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De rigueur	<input type="checkbox"/>
<b>Question 10</b> Parmi ces actions lesquelles constituent un enrichissement typographique	<input type="checkbox"/>	Changement de corps/taille de caractère	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Mise en gras	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Mis en italique	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Mise en capital	<input type="checkbox"/>
<b>Question 11</b> La charte graphique précise :	<input type="checkbox"/>	L'identité visuelle de l'entreprise	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Le statut juridique de l'entreprise	<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	Les normes visuelles de l'entreprise	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Le décor de l'entreprise	<input type="checkbox"/>
<b>Réflexion 1 - Repérer les composants et la symbolique d'un logo</b>		
Durée : 35'	 ou 	Source

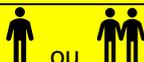
**Travail à faire**

1. Analysez ces logos et identifiez la symbolique et les messages sous-jacents.
2. Repérez les éléments communs à tous ces logos.

 <b>MITSUBISHI</b>	Commentaire
	Commentaire
 MAISON FONDÉE EN 1776 <b>LOUIS ROEDERER</b> CHAMPAGNE	Commentaire
 <b>patagonia</b>	Commentaire
	Commentaire
 <b>CHANEL</b>	Commentaire
 <b>TotalEnergies</b>	Commentaire
<b>Evolution du logo du groupe Total</b>	Commentaire
	

## Réflexion 2 – Choisir une typographie adaptée

Durée : 20'



Source

### Travail à faire

1. Pour chaque situation présentée ci-dessous, sélectionnez la police la plus appropriée parmi les propositions données et justifiez votre choix en quelques phrases.

Contextes	Choix possibles	Justifications
Rapport d'entreprise	Times New Roman Arial Comic Sans MS	
Affiche promotionnelle pour une start-up technologique	Roboto Baskerville Courier New	
Livre pour enfants illustré	Comic Sans MS Garamond Futura	
Site web d'un cabinet d'avocats	Verdana Impact Lobster	
Invitation à un mariage élégant	Dancing Script Helvetica Consolas	
Signalétique d'un aéroport (panneaux d'indication)	Futura Times New Roman Brush Script	
Présentation PowerPoint pour un séminaire scientifique	Calibri Papyrus Georgia	
Application mobile de gestion bancaire	Montserrat Impact Courier New	
Menu d'un restaurant gastronomique	Playfair Display	

	<b>Lobster</b> <b>Comic Sans MS</b>	
--	--	--

### Réflexion 3 – Choisir une forme visuelle adaptée à un contexte

Durée : 20'	 ou 	Source
-------------	--	--------

#### Travail à faire

Pour chaque situation décrite, choisissez la forme géométrique la plus adaptée parmi les propositions données et justifiez votre choix en quelques phrases.

Contextes	Choix possibles	Justifications
<b>Organigramme hiérarchique d'une entreprise</b>	 Carré  Triangle  Cercle	
<b>Flux de communication entre plusieurs services</b>	 Flèche courbe  Flèche droite  Pyramide	
<b>Processus de validation d'un document interne</b>	 Cycle (cercle ou boucle)  Rectangle  Diagramme en escalier	
<b>Présentation d'un brainstorming collectif</b>	 Nuage  Spirale  Cercle	
<b>Illustration d'une montée en compétences des salariés</b>	 Flèche ascendante  Barres de progression  Carré	
<b>Comparaison des performances entre deux stratégies d'entreprise</b>	 Diagramme en barres  Tableau en grille  Deux cercles en intersection (diagramme de Venn)	
<b>Répartition des tâches dans une équipe projet</b>	 Étoile  Cercle central avec branches  Triangle	
<b>Présentation d'un plan d'action stratégique</b>	 Pyramide  Diagramme en barres  Flèche directionnelle	

## Réflexion 4 - Créer son logo personnel

Durée : 2 h



Source

### Remarque pédagogique

Le travail peut être lancé sur le temps de cours (1 h) puis réalisé en dehors des heures de cours. Prévoir 1 h pour faire un point individuel au bout d'une semaine. Le travail terminé sera rendu au bout de la 2<sup>e</sup> semaine et peut être noté.

Vous devez concevoir un logo qui vous représente. Dans ce cadre, vous allez mettre en œuvre une démarche créative inspirées de celle des agences de communication qui doivent proposer un logo à une entreprise cliente. Ce travail doit être fait en plusieurs phases et s'étaler sur 2 à 3 semaines.

### Réflexion préparatoire à la création du logo (1 à 2 heures)

**Étape 1** : listez des **mots** que vous pouvez associer à votre personnalité.

**Étape 2** : cherchez des **images** sur internet ou sur du papier (revue, journaux, etc.) qui vous plaisent et que vous pourriez associer à votre personnalité.

**Étape 3** : recherchez une **police de caractères** que vous aimez et que vous pourriez associer à votre personnalité.

**Étape 4** : recherchez les **couleurs** que vous aimez et que vous pourriez associer à votre personnalité.

**Étape 5** : recherchez **des formes** que vous aimez et que vous pourriez associer à votre personnalité.

### Travail à faire

Créez une planche contact sur laquelle vous collerez ou représenterez les différents éléments que vous avez trouvés et qui vous représentent.

### Création de logo (3 à 5 heures)

**Étape 1** : concevez trois logos au crayon sur une feuille de papier. Chaque logo doit partir d'une idée différente. Un logo ne doit pas être une simple déclinaison du logo initiale avec, par exemple, un changement de police de caractères.

**Étape 2** : sélectionnez parmi les logos proposés, celui qui vous convient le mieux.

**Étape 3** : concevez le logo sélectionné sur une application informatique (Word, Writer, Photoshop, Gimp ou autres). Le logo doit faire une taille d'environ 4 cm.

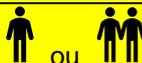
**Étape 4** : déclinez le logo en trois versions : une en couleur, une en niveau de gris et une en noir et blanc

### Travail à rendre

1. Présentez le logo avec sa charte graphique dans laquelle vous expliquerez chaque élément qui le compose en justifiant vos choix.
2. Déclinez votre logo sur un papier à en-tête personnel et sur une carte de visite.
3. Enregistrez votre travail. Le nom du fichier devra être significatif du contenu.

## Réflexion 5 - Identifier les problèmes de qualité

Durée : 15'



Source

Le document suivant va être envoyé à tous les prospects venus sur le stand de la société lors d'un salon.

### Travail à faire

Lisez ce document et communiquez au responsable commercial les corrections à réaliser (surlignez les problèmes rencontrés).

<p><b>Société BeYou</b></p>	
<p>255 rue des Tombers - 33000 Bordeaux Tél : 05 78 45 12 14 - Fax : 05 78 45 12 15 Site : <a href="http://www.beyou.com">www.beyou.com</a> - @ : <a href="mailto:contact@beyou.com">contact@beyou.com</a></p>	
<p>Bordeaux Le 21/10/20xx</p>	<p>Société Genix Step Monsieur richalliant 23 routes des Creuses 74600 SEYNOD</p>
<p>Objet : Promotion renouvellement de gamme</p>	
<p>Monsieur,</p>	
<p>Vous avez pris contact avec notre société à l'occasion du salon <b>Bien vivre</b> qui s'est tenu du 18 au 22 septembre 20xx à Lyon et nous vous remercions pour l'intérêt que vous avez porté à nos produits.</p>	
<p>Votre avez été intéressé par notre gamme de produits <b>Xpérience</b>, laquelle va faire l'objet d'une nouvelle version qui apportera des services supplémentaires avec notamment une meilleure intégration aux réseaux sociaux.</p>	
<p>A cette occasion, nous réalisons une promotion destinée à liquider les produits qui nous restent en stock pour faire de la place pour la nouvelle gamme. Dans ce contexte, nous vous proposons</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• de profiter de l'opération coup de balais sur les produits de l'ancienne gamme en bénéficiant d'une réduction de 15% ou de 50€ minimum</li> <li style="text-align: center;">Ou</li> <li>• de profiter d'un prix de lancement exceptionnel concernant la nouvelle gamme en bénéficiant d'une réduction de 10%.</li> </ul>	
<p>Pour bénéficier de ces propositions, nous vous communiquons votre code promotion personnel : <b>X13-11-RT-SD</b>. Ne le perdez pas, sa durée de vie est limitée à 1 mois.</p>	
<p>Nous espérons que cette proposition attirera toute votre attention et que nous pourrons, prochainement, vous compter parmi nos nouveaux clients.</p>	
<p>Nous vous prions d'agréer Monsieur nos salutations distinguées.</p>	
<p><i>Gherban Fannis</i> Responsables commercial</p>	

## Réflexion 6 – Créer un logo avec une IA générative

Durée : 15'



Source

La société les petits rêveurs vient d'être créée. C'est une maison d'édition de livre pour enfant. Sa directrice n'a pas de logo. Elle vous demande de lui proposer un logo ou une image qui pourrait servir de base à un logo

### Travail à faire

Proposez un logo ou une image pouvant servir à la création d'un logo à l'aide d'une IA générative (d'autres IA sont possibles).

<b>ChatGPT - Dall-E</b>		
<b>Léonardo</b>		
<b>Microsoft Copilot</b>		
<b>Firefly (Adobe)</b>		

## Missions professionnelles

<b>Mission 1 - Dessiner un logo et créer un papier à en-tête</b>		<b>Berod Recyclage</b>
Durée : 50'		Source : logo

### Contexte professionnel

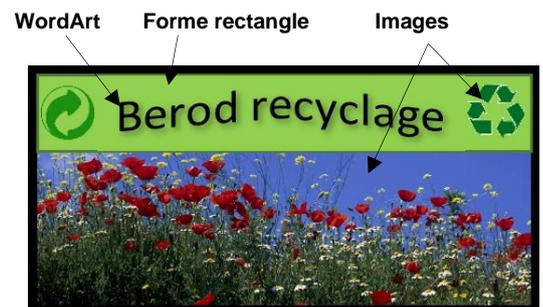
Les documents qui sortent de l'entreprise ne sont pas tous harmonisés. Par ailleurs, le logo actuel est minimaliste. M. Berod souhaite améliorer le logo et normaliser le papier à en-tête. Il propose de concevoir un **nouveau logo** et un **papier à en-tête** qui sera sauvegardé en tant que modèle afin qu'il serve de matrice à la création des futurs documents.

### Travail à faire

1. Lisez les documents concernant le logotype, les couleurs et la typographie (Ressources).
2. Chargez Word et créez un nouveau document vierge.
3. Définissez le format de la page : mode portrait, marges de 2 cm sur les 4 côtés.
4. Créez le logo suivant, en couleur :

#### Procédure (Les images sont prises sur le Web)

- Insérez l'image représentant des fleurs des champs et appliquez un style d'image (cadre simple noir).
- Créez une forme rectangulaire avec un fond vert pour l'arrière-plan du WordArt.
- Créez le WordArt du nom de la société avec un effet chevron haut pour le courber.
- Superposez le WordArt sur le fond vert et le mettre en premier plan.
- Insérez les 2 symboles de recyclage situés de part et d'autre du WordArt et les mettre en premier plan.
- Groupez les différents éléments.



5. Concevez le papier à en-tête.

- En-tête.



- Pied de page.



6. Imprimez le document.
7. Sauvegardez le document **en tant que modèle** dans le dossier **Berod** sous un nom significatif.
8. Créez un nouveau document à partir du modèle conçu précédemment puis le quitter sans le sauvegarder.

<b>Mission 2 : Créer un logo et le décliner sur les institutionnels</b>		<i>Made - Style</i>
Durée : 2 h		Source

### Jeux sérieux

- Concevoir des groupes de 4 étudiants,
- Chaque étudiant conçoit ses propres logos au sein du groupe,
- À l'issue du travail 1, le groupe compare et analyse les productions de chacun et retient le logo qui sera soumis au formateur et/ou aux autres groupes.

## Contexte professionnel

M. Waits n'est pas satisfait du logo de la société et de la qualité des documents qui sont émis par l'entreprise. Faites-lui des propositions d'améliorations pour tous les documents en établissant une nouvelle charte graphique.

## Travail à faire

### 1. Logo (1 h 10)

- Créez 3 logos afin que M. Waits puisse faire un choix. Créez les logos à partir de 3 pistes différentes. (Attention : un simple changement de police ou de couleur ne constitue pas une nouvelle piste).
- Présentez dans un même document les trois logos classés selon votre préférence, selon des critères professionnels et justifiez pour chaque logo votre démarche et ce qui a motivé vos choix esthétiques.
- Sauvegardez votre travail dans le dossier **Made-style** sous le nom **Propositions logo**.

### 2. Charte graphique (30')

- Pour le logo qui a votre préférence, vous en donnerez sa version couleur, sa version en niveau de gris et sa version en noir et blanc ainsi que les modalités d'utilisation du logo retenu sur les documents avec les utilisations possibles et les interdits.
- Choisissez la police de caractères qui sera utilisée pour tous les documents de la société.
- Sauvegardez votre travail dans le dossier **Made-style** sous le nom **Charte graphique**.

### 3. Papier à en-tête (10')

- Concevez le papier à en-tête de la société en utilisant le logo retenu précédemment.
- Sauvegardez votre travail dans le dossier **Made-style** sous le nom **Papier à en-tête**.

### 4. Carte de visite (10')

- Créez une carte de visite pour M. Waits à partir des modèles de Microsoft en intégrant le logo que vous avez conçu.
- Sauvegardez votre travail dans le dossier **Made-style** sous le nom **Carte visite Hal Waits**.
- Imprimez votre travail et découpez la carte de visite.

### 6. Remettez à M. Waits un dossier qui tous les documents créés pour lui présenter votre travail.

#### Made-Style SA

77 rue de Rivoli - 75001 Paris.

Tél. : 01 86 45 XX XX – Fax : 01 86 45 XX XX.

[www.made-style.com](http://www.made-style.com) – [hello@made-style.com](mailto:hello@made-style.com).

Siret : **33349938662** - N° APE : **14-13Z**

Création en 2010 par Hal Waits.

*Elle conçoit des vêtements et des accessoires en tissus ou tricotés et s'inspire des tendances qui émergent dans les principales capitales européennes et notamment Milan, Paris, Londres et Berlin. Elle réalise également des panneaux muraux décoratifs tricotés. Elle crée ses modèles puis les fait fabriquer par des entreprises spécialisées*

en France ou en Italie. Elle travaille principalement des fibres naturelles dont la production est respectueuse de l'environnement.

<b>Mission 3 : Illustrer un document avec une IA</b>		
Durée : 40'		Source - Plaquette

## Contexte professionnel

La société **DIGIPORTE** conçoit et commercialise des portes blindées équipées de serrures biométriques de haute technologie, offrant une ouverture par reconnaissance digitale, rétinienne ou via smartphone. Son siège social, ses ateliers et son showroom sont implantés dans le parc d'activités Garosud, à Montpellier.

Dirigée par **Louise Bergeron**, l'entreprise compte **33 salariés** et commercialise ses solutions de sécurité aussi bien aux **entreprises** qu'aux **particuliers**.



## Travail à faire

M<sup>me</sup> Bergeron vous remet un document de présentation détaillant l'entreprise et son activité (**document**). Elle vous sollicite pour mettre en forme ce texte et l'illustrer à partir d'images libre de droit conçues à l'aide d'une IA Générative de votre choix (Copilot, ChatGPT-DALL-E, Adobe Firefly, Leonardo ou autres IA).

## **Doc.** Plaquette de présentation de la société DIGIPORTE

DIGIPORTE est une entreprise innovante spécialisée dans la conception et la commercialisation de portes blindées équipées de serrures biométriques de haute sécurité. Située dans le parc d'activités Garosud de Montpellier, elle est dirigée par Louise Bergeron et emploie 33 salariés répartis entre le siège social, les ateliers et les agences commerciales.

L'entreprise dispose d'un réseau de 12 agences commerciales stratégiquement implantées à travers la France. Chaque agence comprend un commercial, chargé de conseiller et de prendre les commandes des clients, ainsi qu'un poseur, garantissant une installation rapide et efficace.

Des produits innovants et sécurisés

DIGIPORTE propose une gamme de portes blindées intégrant les dernières avancées technologiques en matière de sécurité :

- Serrures biométriques : reconnaissance digitale (empreinte du doigt) et reconnaissance rétinienne (analyse de l'œil).
- Contrôle par smartphone : ouverture et gestion à distance via une application mobile.
- Double sécurité : toutes les portes disposent d'un système d'ouverture secondaire par clé physique.

Des solutions pour entreprises et particuliers

Les portes DIGIPORTE répondent aux besoins de sécurité des entreprises et des particuliers :

- Entreprises : sécurisation des accès aux zones sensibles telles que les locaux de R&D, les salles informatiques, les salles blanches ou les coffres-forts.
- Particuliers : protection inviolable de l'habitat et alternative pratique aux clés physiques.

Une croissance soutenue par des partenariats stratégiques

L'activité de DIGIPORTE connaît un développement régulier, notamment grâce à des accords conclus avec plusieurs groupes d'assurances. Ces partenariats permettent aux entreprises équipées de bénéficier de réductions significatives sur leurs primes d'assurance, en raison du haut niveau de sécurité offert par ces solutions.

Pourquoi choisir DIGIPORTE ?

- Innovation technologique : serrures biométriques avancées et contrôle intelligent.
- Sécurité maximale : solutions inviolables pour entreprises et particuliers.
- Un réseau national : 12 agences pour un service de proximité et une installation efficace.
- Économies sur les assurances : des primes réduites grâce aux partenariats avec des groupes d'assurances.

En choisissant DIGIPORTE, vous faites le choix d'une protection moderne, fiable et adaptée à vos besoins.

Faites confiance à notre expertise pour sécuriser efficacement vos espaces sensibles et garantir votre tranquillité au quotidien.

<b>Mission 4 : Créer une charte graphique, un logo et un cahier des charges avec une IA générative</b>		
Durée : 40'		Source

## Contexte professionnel

<p align="center"><b>Terrasienna</b>          210 Chemin des Ocriers - 84400 APT          Tél : 06 90 74 3 xx          Mail : <a href="mailto:accueil@terrassiena.com">accueil@terrassiena.com</a> - Site Web : <a href="http://www.terassiena.com">www.terassiena.com</a></p>
--



La terre de Sienne est extraite de gisements riches en oxyde de fer et en argile, situés dans plusieurs régions du monde. Les principaux sites d'extraction se trouvent dans des zones où les sols présentent des concentrations naturelles de ces minéraux. En France, elle est extraite dans le Luberon en Provence. L'exploitation des pigments naturels en Provence s'est développée depuis plusieurs siècles pour des usages artistiques et industriels.

La société **Terrasienna** conçoit, depuis 110 ans, des pigments naturels à partir de la terre de Sienne. Ces pigments sont utilisés en peinture. Elle achète de la terre ocrière et la retraite (séchage, concassage, tamisage, purification et concentration, etc.) pour les revendre à des sociétés spécialisées en peintures et colorants

L'entreprise vient d'être rachetée par la société « Terres de Provence » qui est dirigée par M. Bellamy. Ce dernier souhaite réveiller cette entreprise familiale qui possède de fortes potentialités de développement avec le retour aux valeurs naturelles et patrimoniales.

M. Bellamy souhaite rajeunir la charte graphique de la société qu'il estime désuète et qui met principalement en avant l'histoire centenaire de l'entreprise et ses savoirs faire traditionnels. (police Bodoni, logo WordArt).



Il souhaite que la charte mette en avant les potentialités du produits plutôt que ses valeurs traditionnelles.

## Travail à faire

1. Proposez une charte graphique en vous aidant d'une IA générative à partir des informations qui vous sont transmises dans les documents 1 et 2.
2. Demander à l'IA de vous proposer un logo pour l'entreprise.
3. Demandez à l'IA de vous proposer un cahier des charges à remettre à l'entreprise chargée de créer les institutionnelles de l'entreprise.

### **Doc. 1** Terre de Sienne : de la terre au pigment naturel

La terre de Sienne, un pigment naturel prisé pour sa richesse chromatique, est extraite de gisements riches en oxyde de fer et en manganèse, principalement situés en Provence, en Toscane ou dans d'autres régions propices. Son exploitation suit un processus précis, alliant méthodes traditionnelles et techniques industrielles modernes.

#### **L'extraction de la terre de Sienne**

Le processus débute par l'identification des gisements, où des analyses sont réalisées pour vérifier la teneur en oxyde de fer et garantir la qualité du pigment. Une fois la zone d'extraction définie, des pelleteuses, des bulldozers ou parfois des outils manuels sont utilisés pour extraire la terre. Les matériaux bruts sont ensuite transportés par camions vers les sites de traitement.

Avant toute transformation, la terre extraite est stockée et séchée naturellement en plein air ou dans des séchoirs industriels afin d'éliminer l'excès d'humidité. Cette étape est essentielle pour garantir un broyage efficace et une meilleure qualité de pigment.

#### **Transformation de la terre en pigment industriel**

Une fois sèche, la terre de Sienne passe par plusieurs étapes de traitement. Elle est d'abord concassée en fragments plus petits grâce à des broyeurs industriels, puis tamisée pour éliminer les impuretés telles que les

pierres et les matières organiques. Dans certains cas, un lavage complémentaire est effectué pour purifier davantage la matière première.

Si l'on souhaite obtenir de la terre de Sienne brûlée, une étape de cuisson est nécessaire. La terre est alors chauffée à une température comprise entre 600 et 1 000 °C dans des fours industriels. Cette transformation thermique modifie la composition chimique du pigment et lui confère une teinte plus rougeâtre, prisée pour certaines applications artistiques et industrielles.

Après cette phase, la matière est broyée à nouveau pour obtenir une poudre ultrafine. Selon l'usage final du pigment, des broyeurs à billes ou à jet d'air sont utilisés pour garantir une granulométrie homogène et adaptée aux différentes applications.

### Conditionnement et utilisation industrielle

Une fois transformé, le pigment est conditionné sous forme de poudre, stocké et mis en sacs ou en pots en vue de sa commercialisation. La terre de Sienne naturelle ou brûlée est largement utilisée dans diverses industries. Elle entre dans la composition de peintures naturelles, d'enduits et de patines pour la décoration. Elle est également employée en cosmétique pour des produits tels que les fonds de teint naturels. Enfin, elle joue un rôle important dans la coloration des bétons et des matériaux de construction, ainsi que dans la fabrication de pigments destinés aux artistes.

Ce processus, mêlant savoir-faire ancestral et innovations industrielles, permet d'obtenir un pigment naturel de haute qualité, apprécié pour sa stabilité et son respect de l'environnement.

## Doc. 2 Plaquette Terrasienna : L'excellence des pigments naturels

### La Terre de Sienne : Un pigment d'exception

La terre de Sienne est un pigment naturel prisé pour sa richesse chromatique et sa stabilité. Extraite de gisements riches en oxyde de fer et en manganèse, elle se trouve principalement en Provence, en Toscane et dans d'autres régions aux sols naturellement colorés. Depuis plusieurs siècles, son exploitation s'est perfectionnée, combinant savoir-faire artisanal et techniques industrielles modernes.

### Un processus de transformation rigoureux

1. **Extraction** : Identification des gisements et extraction par engins mécaniques ou outils manuels.
2. **Séchage** : Élimination de l'humidité en plein air ou dans des séchoirs industriels.
3. **Concassage et tamisage** : Réduction en fragments et purification des impuretés.
4. **Cuisson (pour la Terre de Sienne brûlée)** : Chauffage entre 600 et 1 000 °C pour obtenir une teinte plus rouge.
5. **Broyage final** : Obtention d'une poudre ultrafine homogène.
6. **Conditionnement** : Mise en sacs ou en pots pour distribution.

### Des applications variées et durables

- **Peintures naturelles et artistiques** : Appréciee pour ses propriétés couvrantes et sa durabilité.
- **Enduits et patines** : Utilisée en décoration pour des rendus authentiques.
- **Cosmétique** : Intégrée à des fonds de teint naturels.
- **Bétons et matériaux de construction** : Coloration des surfaces et rénovation du patrimoine.

### Terrasienna : Une entreprise au service de la couleur naturelle

Depuis 110 ans, **Terrasienna** conçoit des pigments naturels à base de terre de Sienne. L'entreprise transforme la matière première brute par un processus rigoureux de séchage, concassage, tamisage et purification. Elle fournit ensuite ces pigments à des sociétés spécialisées en peintures et colorants.

### Un renouveau sous la direction de Terres de Provence

Fraîchement rachetée par **Terres de Provence**, dirigée par **M. Bellamy**, Terrasienna amorce un nouveau chapitre de son histoire. Avec une vision moderne et dynamique, l'entreprise souhaite mettre en avant les potentialités de ses pigments naturels tout en valorisant leur impact environnemental positif.

### Une nouvelle identité graphique pour une nouvelle énergie

Désormais, Terrasienna adopte une **charte graphique contemporaine**, plus en phase avec les attentes actuelles des marchés. L'objectif : valoriser les atouts du produit à travers une esthétique épurée, naturelle et moderne, loin des codes vieillissants qui étaient jusqu'ici mis en avant.

### Terrasienna, le pigment naturel au service de vos créations.

 **Siège social** : 210 Chemin des Ociers - 84400 APT

 : 06 90 74 3 xx

 **Contact** : Mail : [accueil@terrassiena.com](mailto:accueil@terrassiena.com)

 **Site web** : [www.terassiena.com](http://www.terassiena.com)

# Ressources

## 1. Créer un logo

### 1.1. De la communication symbolique au logotype

Le logotype trouve ses origines dans une communication symbolique qui va de la préhistoire aux temps modernes



### 1.2. Le logotype d'entreprise

Le développement du commerce au XIX<sup>e</sup> siècle conduit les entreprises à identifier leurs produits par un nom ou un signe visuel distinctif. Aujourd'hui, la majorité des entreprises s'identifient par un logotype qui associe une image et un texte facilement reconnaissables. Ce logo constitue un élément clé de leur identité visuelle : il est unique, porteur de sens et favorise la reconnaissance de la marque.



Pour être efficace, un logo doit refléter l'histoire, les codes, la culture, le produit et le secteur d'activité de l'entreprise. Il remplit trois fonctions essentielles

- **Identification** : il véhicule les valeurs de l'entreprise à travers des codes visuels spécifiques ;
- **Information** : il communique des éléments clés, notamment le nom et l'identité de l'entreprise ;
- **Différenciation** : il permet de se distinguer des concurrents et de fédérer un public autour des valeurs de la marque.

Dans un contexte de mondialisation, les entreprises recherchent des logotypes universels, compréhensibles à l'échelle internationale. Toutefois, certaines adaptations sont nécessaires en fonction des références culturelles et des symboles employés – par exemple, la croix de la Croix-Rouge qui devient un croissant dans les pays arabes.



Enfin, la symbolique des formes joue un rôle clé dans le renforcement d'un logo. Chaque élément graphique est soigneusement pensé pour maximiser son impact et assurer une communication visuelle efficace et cohérente.

La forme ronde, renvoie à la Terre, à la nature. Elle véhicule une image de sécurité et de bien-être.	La forme triangulaire renvoie à l'idée d'innovation, de progression et de techniques de pointe ou de danger.	La forme carrée renvoie à la stabilité et à la robustesse.
		

## 2. Choisir des couleurs adaptées

### 2.1. Symbolique des couleurs

Les couleurs possèdent une histoire et occupent une place essentielle dans notre culture. Elles véhiculent des significations symboliques profondément ancrées : le noir est associé au deuil, le vert à l'espérance, le rouge à la révolte, à la passion ou encore au danger. Cependant, ces associations varient selon les époques et les contextes culturels. Par exemple, alors que le noir symbolise le deuil en Occident, c'est le blanc qui remplit cette fonction au Japon.

Couleurs	Effets psychologiques et physiologiques	Symbolique
<b>NOIR</b>	Passif, triste, déterminé, pessimiste	Mort, deuil, nuit, mystère
<b>BLANC</b>	Sobre, fidèle, propre, clair	Pureté, innocence, chasteté
<b>BLEU</b>	Calme, tendre, sincère, féminin	Paix, vertu, immatérialité, méditation, sagesse, rêverie
<b>ROUGE</b>	Chaud, dynamique, stimulant, excitant	Force, passion, puissance, interdiction, danger
<b>JAUNE</b>	Joyeux, spirituel, dynamique	Science, conscience, idéalisme, action, luminosité
<b>VERT</b>	Calmant, équilibrant, reposant, activité spirituelle	Espérance, nature, immortalité, repos
<b>ORANGE</b>	Stimulant	Énergie, ambition, enthousiasme, imagination
<b>VIOLET</b>	Triste, mélancolique, digne	Politesse, jalousie, mystère, spiritualité, mélancolie

## 2.2. Couleurs primaires et secondaires

<b>RVB</b>	Les écrans mélangent trois couleurs primaires, le rouge, le vert et le bleu, ( <b>RVB</b> ) pour d'obtenir une palette complète de couleurs.
<b>CMJN</b>	Les imprimeurs mélangent trois couleurs primaires : le cyan, le magenta et le jaune ( <b>CMJ</b> ) pour d'obtenir une palette complète. Le noir est ajouté aux trois couleurs précédentes pour garantir un ton pur.

La combinaison des couleurs primaires donne des couleurs secondaires :

- vert = 50 % cyan + 50 % jaune ;
- violet = 50 % cyan + 50 % magenta ;
- orange = 50 % magenta + 50 % jaune.

## 3. Choisir des polices de caractères adaptées

Chaque police de caractères raconte une histoire et véhicule un style qui influence la lecture et la perception du texte. Aujourd'hui, les logiciels de traitement de texte offrent un large choix de polices (ou fontes), que l'on peut regrouper en quatre grandes familles. Chacune possède ses spécificités et contribue à instaurer une ambiance particulière, adaptée au message que l'on souhaite transmettre.

### 3.1. Familles de polices

<p><b>Polices à empattements (Serif)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Caractéristiques</b> : Elles possèdent de petites extensions (empattements) aux extrémités des lettres.</li> <li>• <b>Usage</b> : Souvent utilisées pour les textes longs (livres, journaux) car elles améliorent la lisibilité en facilitant le suivi des lignes.</li> <li>• <b>Exemples</b> : Times New Roman, Garamond, Georgia.</li> </ul>	<p><b>ROME</b></p> <p>Bodoni Times New Roman Garamond</p>
<p><b>Polices sans empattements (sans-serif)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Caractéristiques</b> : Elles ne possèdent pas d'empattements, offrant un aspect plus épuré et moderne.</li> <li>• <b>Usage</b> : Très utilisées pour le web et le design contemporain, elles assurent une lisibilité optimale sur écran.</li> <li>• <b>Exemples</b> : Arial, Aptos, Helvetica, Verdana.</li> </ul>	<p><b>Arial</b> <b>Aptos</b> <b>Verdana</b> <b>Trebuchet</b></p>
<p><b>Polices Scripts</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Caractéristiques</b> : Inspirées de l'écriture manuscrite, elles reproduisent un style calligraphique ou cursif.</li> <li>• <b>Usage</b> : Employées pour des documents élégants, artistiques ou informels, mais déconseillées pour les textes longs.</li> <li>• <b>Exemples</b> : Brush Script, Lucida Handwriting, Pacifico.</li> </ul>	<p><i>BrushScript</i> <i>Monotype corsiva</i> <i>Fivaldi</i></p>
<p><b>Polices décoratives (Display ou Fantaisie)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Caractéristiques</b> : Très variées et originales, elles ont un design expressif et souvent exagéré.</li> <li>• <b>Usage</b> : Utilisées principalement pour les titres, logos ou affiches, elles attirent l'attention mais peuvent nuire à la lisibilité en grande quantité.</li> <li>• <b>Exemples</b> : Impact, Jokerman, Comic Sans MS.</li> </ul>	<p><b>Curly M<sup>1</sup></b> <b>Marfissa</b> <b>Snap Itc</b> <b>Comics</b></p>

### 3.2. Sélectionner une fonte adaptée

Le choix d'une police de caractères influence directement la perception d'un message. Une police bien choisie renforce la lisibilité et la crédibilité du contenu, tandis qu'une incohérence entre la police et le message peut nuire à son impact. Voici quelques bonnes pratiques pour une mise en page harmonieuse et efficace :

- **Limitez l'usage des polices fantaisistes** aux titres afin de ne pas compromettre la clarté du texte.
- **N'utilisez pas plus de deux à trois polices** dans un même document pour éviter une surcharge visuelle.
- **Le mélange de polices de familles différentes (avec et sans empattement) est possible**, mais évitez d'associer deux polices d'une même famille (par exemple, Times New Roman et Garamond ou Arial et Calibri), car les légères variations de style peuvent donner une impression d'irrégularité ou d'erreur typographique.
- **Les polices avec empattement sont moins adaptées aux petites tailles et aux photocopies**, car elles perdent en lisibilité.
- **Privilégiez les polices sans empattement pour les titres** et celles avec empattement pour le corps du texte, car elles facilitent la lecture sur des blocs de texte longs.
- **Évitez d'associer des polices trop contrastées**, sauf dans les titres, pour ne pas créer une dissonance visuelle (ex. : Arial 10 et **Bauhaus**).

<b>BANQUE CHSCT</b> 22 RUE DE ZURICH 012312 GENÈVE	<b>SOIRÉE HALLOWEEN</b> AU LIVE PLACE RUE DE LA GARE
Banque CHSCT 22 rue de Zurich 012312 Genève	Soiree Halloween au Live Place rue de la Gare

### 3.3. Styles et corps de caractères

- Pour le texte courant utilisez un corps de 10 à 12. Les tailles supérieures sont à réserver aux titres. Au-dessous de 10 les textes perdent en lisibilité.
- Définissez les styles en hiérarchisant le texte et les titres de façon harmonieuse et en évitant les excès typographiques. Il est d'usage de limiter à un ou deux enrichissements typographiques l'écart entre deux niveaux de titres (un enrichissement et une modification d'un texte de base : gras, souligné, capitales, italique, corps, etc.).

Exemple de hiérarchisation de style	
Titre 1	<b>Arial 14 gras</b>
Titre 11	<b>Arial 12 gras</b>
Titre 111	<b>Arial 10 gras</b>
Texte	Arial 10

### 4. Comprendre les formes

Les formes véhiculent une signification et participent au langage visuel. En communication graphique, elles renforcent et orientent le message transmis. Chaque forme possède une symbolique propre qui influence la perception et l'émotion du spectateur.

Formes	Signifié
 Carré 	Il est régulier, solide, stable, rigide. Il symbolise l'absence de tension. Il est idéal pour une information neutre, objective, voir administrative.
 Rectangle 	Il s'apparente au carré. Vertical, il est dynamique ; horizontal, il produit un effet panoramique.
 Triangle 	Il représente l'harmonie, la protection, la proportion, la sécurité, l'interdiction, le danger.
 Cercle 	Il est synonyme de perfection, d'absolu, d'infini.
 Losange 	Il véhicule la vie, le passage, l'échange, l'élégance, la recherche, la masculinité.
 Ovale 	Il représente la distinction, la souplesse, la féminité.
 Flèche 	Elle évoque le mouvement, l'action, le sens et l'agressivité.
<b>Irrégulières</b>	Elles évoquent le désordre, l'instabilité et la fantaisie : mode, produits de beauté, etc.
<b>Arrondies</b>	Elles symbolisent le féminin : femmes, enfants, cosmétiques.
<b>Rigides</b>	Elles évoquent le masculin : homme, industrie

### 5. Concevoir une charte graphique

La charte graphique est un document de référence qui définit les règles à respecter pour garantir la cohérence et la protection de l'identité visuelle d'une entreprise. Elle s'applique à toute personne amenée à concevoir des supports de communication reflétant l'image de l'entreprise : courriers, papier à en-tête, cartes de visite, présentations, plaquettes, prospectus, page web, etc.

En règle générale, la charte graphique précise les directives d'utilisation du logo, des couleurs et des polices de caractères. Elle assure ainsi une uniformité visuelle sur l'ensemble des supports, renforçant la reconnaissance et la crédibilité de la marque.

#### 5.1. Le logo

La charte précise :

- **ses couleurs, ses déclinaisons** sur différents types de fond et **ses interdits** ;
- **sa position** dans la page et sur les supports (papier à en-tête, documents officiels, plaquettes, véhicules...), la zone d'exclusion (espace protégé minimal autour du logo) ;
- **sa taille** en fonction des supports...

Exemple : Utilisations possibles et interdites du logo de la société l'Unil



## 5.2. Les couleurs dans l'identité visuelle

Une entreprise peut associer un jeu de couleurs spécifique à son image de marque. Ces couleurs, définies dans la charte graphique, doivent être respectées par tous les utilisateurs afin d'assurer une cohérence visuelle sur l'ensemble des supports de communication.

La charte précise les couleurs à utiliser en fonction des supports (documents imprimés, supports numériques, signalétique, etc.), garantissant ainsi une identité visuelle homogène.

**Exemple :** L'Institut de Recherche Agronomique utilise un logo vert dont le code RVB est **R = 0, V = 128, B = 0**. Il peut exiger que ce même vert soit appliqué en arrière-plan sur ses présentations et diaporamas, assurant ainsi une unité visuelle entre ses différents supports de communication.



## 5.3. Les polices de caractères

La charte graphique peut imposer des polices et des tailles de caractères spécifiques en fonction des types de documents afin de garantir une uniformité visuelle. Ces éléments sont normalisés et intégrés aux styles prédéfinis des logiciels de traitement de texte.

**Exemple :**

- Les courriers doivent être rédigés en **Arial, corps 11**.
- Les titres doivent être en **Arial gras, corps 12**.



## 5.4. Les modèles de documents

Afin d'assurer la cohérence des supports de communication et éviter toute divergence dans la mise en page, certains documents sont enregistrés sous forme de modèles prêts à l'emploi.

Lorsqu'un salarié crée un nouveau document, il doit utiliser un modèle prédéfini où les trois éléments clés (logo, couleurs et polices) sont déjà intégrés. Cela garantit le respect de l'identité visuelle de l'entreprise et limite les variations inappropriées.



## 6. Ressources graphiques de Word

### A - Fonctions dessin et image

#### 1. Créer des objets

##### • Tracer un objet

- Activez l'onglet **Insertion** et cliquez sur l'outil **Formes**.
- Sélectionnez une forme puis cliquez-glissez sur la feuille (Tracer un cercle ou un carré en appuyant sur la touche [Maj]).



##### • Insérer un clipart de la bibliothèque

- Activez l'onglet **Insertion** et cliquez sur l'outil  **Icônes**.
- Saisissez dans la zone **Rechercher** un mot clé et validez par la touche [Entrée].
- Double-cliquer le clipart à insérer.



##### • Insérer une image à partir d'un fichier

- Activez l'onglet **Insertion** et cliquez sur l'outil **Images**.
- Sélectionnez l'unité puis le dossier source.
- Sélectionnez l'image à charger puis cliquez sur le bouton **Insérer**.



##### • Insérer une zone de texte

- Activez l'onglet **Insertion** puis l'outil **Zone de texte**.
- Cliquez sur l'option **Dessiner une zone de texte**.
- Tracez le bloc de texte par un cliqué-glissé sur la feuille.
- Saisissez le texte.



#### 2. Paramétrer un objet

##### • Sélectionner un objet

- Cliquez sur l'objet ou la bordure de l'objet ou cliquez un à un les objets à sélectionner en appuyant sur la touche [Maj].

##### • Déplacer un objet

- Cliquez-glissez sur la bordure de l'objet (en dehors des poignées)

##### • Modifier la taille d'un objet

- Cliquez sur l'objet puis cliquez-glissez sur une poignée de l'objet.

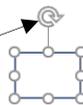
##### • Modifier la forme d'un objet

- Cliquez l'objet puis l'outil **Modifier la forme** et sélectionnez la forme souhaitée.



##### • Rotation d'un objet

- Cliquez-glissez sur le bouton de rotation au-dessus de l'objet ou de l'image.



##### • Effacer un objet

- Cliquez sur l'objet - [Suppr].

##### • Saisir du texte dans un objet

- Cliquez-droit sur l'objet – **Ajouter du texte**.

#### 3. Mettre en forme un objet

- Double-cliquez sur l'objet à paramétrer.

##### • Remplissage

- Cliquez sur l'outil **Remplissage** puis paramétrez l'option.



##### • Contour

- Cliquez sur l'outil **Contour** puis paramétrez l'option.



##### • Effet d'ombre et 3D

- Cliquez sur l'outil **Effets** puis paramétrez l'option à mettre en œuvre



##### • Trame dégradée et texture

- Cliquez sur l'outil **Remplissage** puis sur l'option **Dégradé** ou **Texture** puis paramétrez l'option à mettre en œuvre.



##### • Image ou photo dans un objet

- Cliquez sur l'objet à paramétrer puis sur l'outil **Remplissage**
- Cliquez sur l'option **Image**...
- Sélectionnez la source puis double-cliquez sur l'image à insérer.



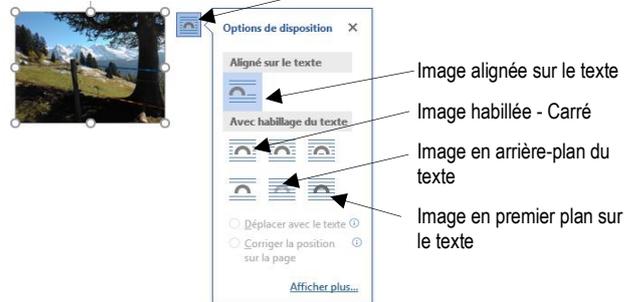
#### 4. Arrière-plan / premier plan

##### • Mettre un objet en arrière-plan

- Cliquez-droit l'objet à mettre en arrière-plan / premier plan.
- Sélectionnez l'option **Arrière-plan** ou **Premier plan**.

##### • Mettre une image en arrière-plan d'un texte

- Saisissez le texte et insérez l'image.
- Cliquez sur l'image puis sur l'outil **Habillage**.



- Image alignée sur le texte
- Image habillée - Carré
- Image en arrière-plan du texte
- Image en premier plan sur le texte

- Sélectionnez une option puis positionnez l'image par cliqué-glissé.

#### 5. Grouper /dissocier des objets

##### • Grouper des objets

- Cliquez sur les objets à assembler en appuyant sur la touche [Maj].
- Cliquez-droit sur la sélection – **Groupe** puis **Grouper**.

##### • Dissocier des objets

- Cliquez-droit sur l'objet à dissocier – **Groupe** puis **Dissocier**.

### B - WordArt

#### 1. Créer un WordArt

- Activez l'onglet **Insertion** puis l'outil **WordArt**.
- Sélectionnez un effet dans la liste.
- Remplacez le texte par défaut par votre texte.
- Cliquez sur l'extérieur du WordArt.



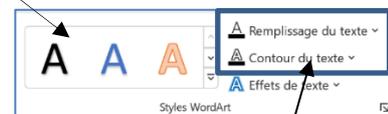
#### 2. Modifier le texte

- Cliquez sur le WordArt et modifiez le texte.

#### 3. Modifier la mise en forme

##### • Modifier le style

- Double-cliquez sur la bordure du WordArt puis sélectionnez dans la zone **Styles WordArt** l'option à appliquer.



##### • Modifier la couleur ou le contour

- Double-cliquez sur la bordure du WordArt puis sélectionnez un outil et paramétrez le remplissage ou le contour.

##### • Modifier la forme du texte

- Double-cliquez sur la bordure du WordArt.
- Cliquez sur le bouton déroulant de l'outil **Effets du texte** puis sur le paramètre à traiter.
- Ou :
- Cliquez sur l'option **Transformer** et sélectionnez une forme.

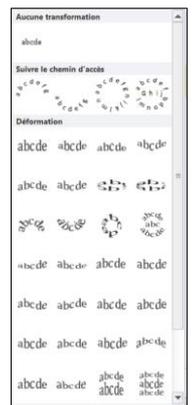
##### • Habiller le WordArt

- Cliquez sur le WordArt puis sur le bouton **Habillage** et sélectionnez l'option à appliquer.



##### • Trames de fond et bordures

- Cliquez sur le WordArt puis paramétrez la mise en forme de l'arrière-plan dans la **Styles de formes**.





## Chapitre 4 – l'identité visuelle de l'entreprise

### Bilan de compétences

Compétences	Non acquis	Partiellement acquis	Acquis
Je sais choisir des codes couleurs adaptés à une entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais identifier une famille de police et ses caractéristiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis capable de choisir des images adaptées à une entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais choisir des polices de caractères adaptés à une entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais choisir des formes adaptées à une entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais les composants d'une charte graphique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais rédiger une charte graphique adapté à une entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais créer des formes graphiques avec un texteur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais mettre en forme objets graphiques avec un texteur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais paramétrer et modifier une image	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais détourer une image	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais imbriquer des formes et des images dans un logo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais créer un modèle de document	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais créer un document à partir d'un modèle de document	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais ce que sont les institutionnels d'une entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais créer une carte de visite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais créer un papier à en-tête	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>