

Chapitre 4

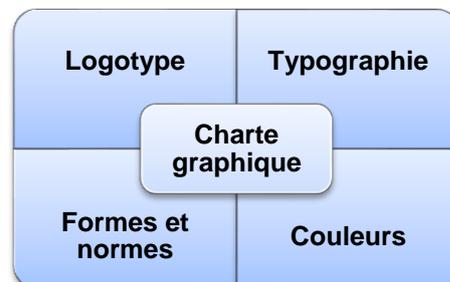
Identité visuelle, typographie, charte graphique et normes

Problématique

L'écrit professionnel engage juridiquement l'entreprise, mais transmet également son **image** et sa « **culture** », lesquelles sont portées par son **identité visuelle**.

L'émetteur doit veiller à la qualité de cette image en respectant :

- la qualité de la rédaction et de l'orthographe ;
- la qualité de la mise en forme ;
- les identifiants visuels de la société : logo, couleurs, typographie, styles de caractères ;
- les normes admises dans l'entreprise et dans le milieu.



La **charte graphique** récapitule les identifiants visuels de l'entreprise et leurs règles d'utilisation.

Sommaire		6 h 50
Problématique	1	10'
Introduction		10'
QCM	2	
Réflexion 1. Repérer les composants et la symbolique d'un logo	3	35'
Réflexion 2. Créer un logotype personnel	4	2 h 00'
Réflexion 3. Identifier les problèmes de qualité	5	15'
Missions professionnelles		
1. Dessiner un logo et créer un papier à en-tête	6	40'
2. Créer un logo et le décliner sur les institutionnels	7	2 h 40'
3. Identifier les problèmes de qualité		
Ressources		
1. Comprendre un logo	8	
2. Choisir les bonnes couleurs	8	
3. Sélectionner une police de caractère adaptée	9	
4. Comprendre la signification des formes	10	
5. Concevoir une charte graphique	11	
6. Utiliser les outils graphiques de Word	12	

Introduction

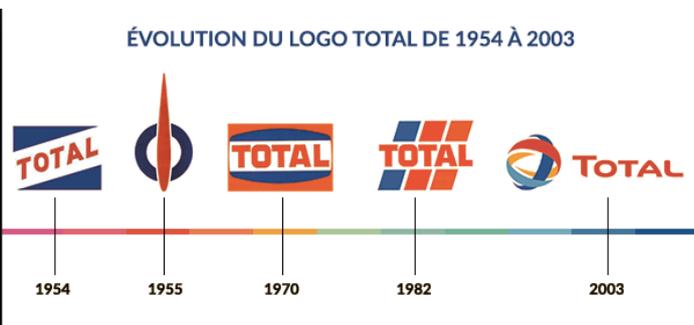
QCM - Identité visuelle, typographie, charte graphique et normes

Questions	Avant	Réponses	Après
Question 1 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"/>
Question 2 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"/>
Question 3 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"/>
Question 4 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"/>
Question 5 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"/>
Question 6 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"/>
Question 7 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"/>
Question 8 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"/>
Question 9 Les formes anguleuses sont synonymes	<input type="checkbox"/>	De stabilité	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De féminité	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De masculinité	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De distinction	<input type="checkbox"/>
Question 10 Parmi ces actions lesquelles constituent un enrichissement typographique	<input type="checkbox"/>	De rigueur	<input type="checkbox"/>
	<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"/>
Question 11 La charte graphique précise :	<input type="checkbox"/>	Mise en capital	<input type="checkbox"/>
	<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	

Réflexion 1 - Repérer les composants et la symbolique d'un logo		
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.

	Commentaire
	Commentaire
	Commentaire
	Commentaire
	Commentaire
	Commentaire
	Commentaire
<p align="center">Evolution du logo du groupe Total</p>  <p align="center">ÉVOLUTION DU LOGO TOTAL DE 1954 À 2003</p>	Commentaire

Réflexion 2 - 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^e 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 3 - 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>Société BeYou 255 rue des Tombers - 33000 Bordeaux Tél : 05 78 45 12 14 - Fax : 05 78 45 12 15 Site : www.beyou.com - @ : contact@beyou.com</p> <p>Bordeaux Le 21/10/20xx</p> <p>Objet : Promotion renouvellement de gamme</p> <p>Monsieur,</p> <p>Vous avez pris contact avec notre société à l'occasion du salon Bien vivre 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>Vous avez été intéressé par notre gamme de produits Xpérience, 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">• 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• de profiter d'un prix de lancement exceptionnel concernant la nouvelle gamme en bénéficiant d'une réduction de 10%. <p>Pour bénéficier de ces propositions, nous vous communiquons votre code promotion personnel : X13-11-RT-SD. 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 pourrions, prochainement, vous compter parmi nos nouveaux clients.</p> <p>Nous vous prions d'agréer Monsieur nos salutations distinguées.</p> <p><i>Cherban Pannis</i> Responsables commercial</p>	 <p>Société Genix Step Monsieur richalliant 23 routes des Creuses 74600 SEYNOD</p>
--	---

Missions professionnelles

Mission 01 - Dessiner un logo et créer un papier à en-tête		Berod Recyclage
Durée : 40'		

Contexte professionnel

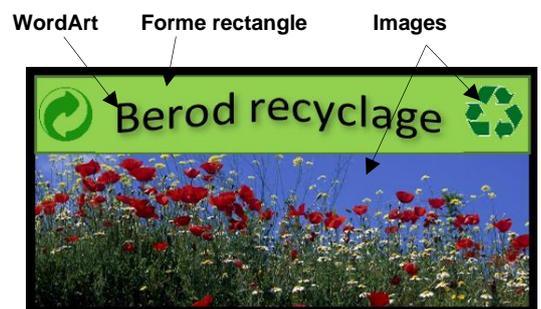
Les documents qui sortent de l'entreprise ne sont pas tous harmonisés. Par ailleurs, le logo actuel est minimaliste. M. Berod souhaite améliorer le logo de la société et normaliser le papier à en-tête. Il propose de concevoir un **nouveau logo** et un **papier à en-tête** qui sera sauvegardé en tant 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

- 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.

Mission 02 : Créer un logo et le décliner sur des supports		<i>Made - Style</i>
Durée : 2 h 40 + 20		

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 30)

- 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**.

3. Charte graphique (40')

- 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**.

4. Papier à en-tête (15')

- 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**.

5. Carte de visite (15')

- 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 – 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.

Ressources

1. Comprendre un logo

1.1. De la communication symbolique au logotype

Le logotype trouve ses origines dans une communication symbolique.

- 40 000 ans	Peintures de mains dans les grottes préhistoriques.	
- 3 200 ans	Premières formes d'écritures hiéroglyphiques.	
1 ^{ers} siècles après JC	Les premiers chrétiens dessinent un poisson qui symbolise le Christ.	
Moyen âge	Les armoiries identifient une famille un groupe, une profession.	

1.2. Le logotype d'entreprise

Le développement du commerce au XIX^e 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. **C'est un signe de reconnaissance et d'identification qui est rapidement identifiable, unique et signifiant.**



Attention : pour être efficace, un logo doit être cohérent avec l'histoire, les codes, la culture, le produit et le secteur d'activité de l'entreprise.

Le logo satisfait trois fonctions :

- **il identifie la société** par des codes qui symbolisent ses valeurs ;
- **il donne des informations** : identité et nom, notamment ;
- **il la distingue** des sociétés concurrentes et suscite l'adhésion à ses valeurs.



La mondialisation conduit les entreprises à rechercher des **logotypes universels** qui bénéficient d'une même lecture sur tous les continents avec, cependant, des adaptations en fonction des symboles utilisés (la croix de la Croix-Rouge devient un croissant dans les pays arabes).



La symbolique des formes de base peut être utilisée pour renforcer le logo.

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 une couleur

2.1. Symbolique des couleurs

Les couleurs ont une histoire et font partie de notre culture : le noir est associé au deuil, le vert à l'espérance, le rouge à la révolte, à la passion ou au danger... Ces associations changent dans le temps et dans l'espace. (Le blanc est la couleur du deuil au Japon).

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

2.2. Couleurs primaires et secondaires

RVB	Les écrans mélangent trois couleurs primaires, le rouge, le violet et le bleu, (RVB) pour d'obtenir une palette complète de couleurs
CMJN	Les imprimeurs mélangent trois couleurs primaires : le cyan, le magenta et le jaune (CMJ) 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. Sélectionner une police de caractères adaptée

Chaque police véhicule une histoire et un esprit qui s'imposent au texte. Les traitements de texte actuels possèdent de nombreuses polices (fontes) qu'il est possible de classer en quatre grandes familles.

3.1. Familles de polices

<p>Polices à empattements (Serif)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Origine : Antiquité. Les caractères sculptés avaient un éclat aux angles. – Image : XIX^e et début XX^e siècle, classique, tradition, sérieux. – Utilisation : actes officiels, livres d'histoire, etc. Peu moderne. – Exemple : logo du groupe de luxe Louis Vuitton Moët Hennessy. 	<p>ROME</p> <p>Bodoni Times New Roman Garamond</p>
<p>Polices sans empattements (sans Serif)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Origine : police qui s'impose à partir des années 20. – Image : moderne, actuelle et classique, rigueur, sobriété. – Utilisation : document technique. – Exemple : logo du groupe de haute couture CHANEL. 	<p>Arial Verdana Trebuchet</p>
<p>Polices Scripts</p> <ul style="list-style-type: none"> – Origine : ces polices se rapprochent de la forme scripturale. – Image : personnelle voire intime, artistique. – Utilisation : lecture peu aisée : documents courts ou personnels. – Exemples : logo des sociétés de luxe ST Dupont et Cartier 	<p><i>BrushScript</i> <i>Monotype corsiva</i> <i>Fivaldi</i></p>
<p>Polices Fantaisies</p> <ul style="list-style-type: none"> – Origine : rejet des codes et des traditions graphiques. – Image : elle dépend du graphisme et du contexte – Utilisation : polices peu lisibles pour du texte courant, les utiliser pour les titres. – Exemples : logos des sociétés SNCF, Suez ou Lexus 	<p>Curly M¹ Maréisse Snap Itc Comics</p>

3.2. Polices de caractères

- Une fonte peut renforcer ou discréditer un message si elle n'est pas cohérente avec le signifié. Limitez les polices fantaisies aux titres.
- Évitez de mélanger dans un même document plus de 2 à 3 polices.
- Il est possible de mélanger des polices de familles différentes (avec et sans empattement). Mais il est déconseillé de mélanger des polices d'une même famille (deux polices avec empattement), car les écarts graphiques peuvent apparaître comme des erreurs : Times New Roman et Garamond – Arial et Calibri).
- Les polices avec empattement passent mal à la photocopie, notamment les petites tailles.
- Les polices sans empattement sont adaptées aux titres. Celles avec empattement sont adaptées au corps du texte car elles facilitent la lecture.

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

- Évitez de juxtaposer des polices très différentes sauf pour des titres : Arial 10 et **BAUHAUS**

3.3. Styles et corps de caractères

- Utilisez pour le texte courant 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	Arial 14 gras
Titre 11	Arial 12 gras
Titre 111	Arial 10 gras
Texte	Arial 10

4. Comprendre la signification des formes

Les formes véhiculent une signification et sont un élément du langage utilisé dans la communication visuelle. Dans la conception graphique, elles renforcent le message.

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.
Irrégulières	Elles évoquent le désordre, l'instabilité et la fantaisie : mode, produits de beauté, etc.
Arrondies	Elles symbolisent le féminin : femmes, enfants, cosmétiques.
Rigides	Elles évoquent le masculin : homme, industrie

5. Concevoir une charte graphique

La charte graphique est un document qui fixe les règles à respecter dans le cadre de la communication de l'entreprise afin d'en protéger l'identité visuelle. Elle s'impose à toutes les personnes susceptibles de concevoir des documents qui véhiculent l'image de l'entreprise : courrier, papier à en-tête, carte de visite, diaporama, plaque, prospectus, etc.

En général, la charte graphique définit les règles d'utilisation du logo, des couleurs et des polices de caractères.

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 de l'entreprise

L'entreprise peut associer un jeu de couleurs à son image. L'utilisateur doit les respecter et ne peut les changer. La charte précise les couleurs à utiliser selon les supports de communication.

Exemple : L'Institut en recherche agronomique utilise un logo vert dont le code RVB est : $R = 0$; $V = 128$; $B = 0$. Il peut imposer d'utiliser sur des diaporamas un fond vert avec ce code couleur.



5.3. Les polices de caractères

La charte graphique peut imposer des polices et des corps de caractères en fonction des types de documents. Ces éléments sont normalisés dans le cadre des styles de caractères des traitements de texte.

Exemple : Les courriers doivent être écrits en Arial de corps 11, les titres en Arial gras de corps 12, etc.

5.4. Les modèles de documents

Pour normaliser les documents et éviter toute initiative malheureuse de la part du personnel, un certain nombre de documents sont sauvegardés comme modèles de documents.

Lors de la création d'un nouveau document, le salarié doit le créer à partir du modèle prédéfini sur lequel les trois éléments précédents (logo, couleurs et polices) sont déjà paramétrés.

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.

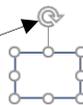
• Modifier la forme d'un objet

- Cliquer 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.



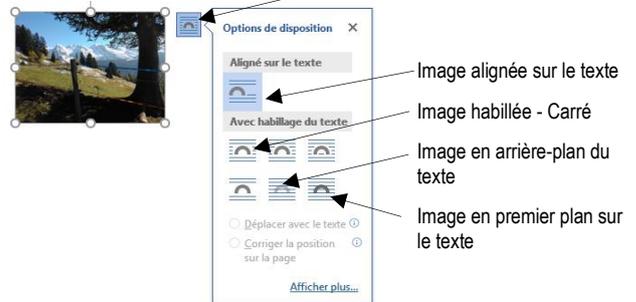
4. Arrière-plan / premier plan

• 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**.



- 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.



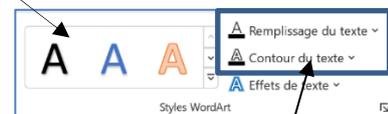
2. Modifier le texte

- 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**.

