



Créer un poster tous publics

Feuille de route pour une réalisation réussie

L'esprit de la communication via poster

Créer un poster tous publics, c'est avant tout créer un poster ! Et donc bien communiquer en phase avec ce mode de communication qui combine forces et défis.

Forces : l'efficacité de la communication visuelle et possibilité d'échanger de vive-voix avec le public

Défis : se rendre visible malgré la concurrence, attirer l'attention alors que le public peut être distrait, loin, en mouvement

Le contenu

Avant tout, ne faites pas de la casse : PAS CAS

- Peu
- Adapté
- Structuré
- Compréhensible
- Attractif
- Sobre

Le design

La conception d'un poster efficace repose sur quelques bases très rationnelles :

La bonne utilisation du **circuit de lecture**, qui tient compte du fait que nous avons naturellement tendance à « scanner » un support graphique selon la diagonale d'en haut à gauche, vers en bas à droite

Le bon maniement des **niveaux de lecture** qui offre une bonne lisibilité aux textes jugés primordiaux et les différencie efficacement de façon intuitive des autres

Une organisation ordonnée de l'espace, reposant sur l'utilisation d'une **grille (grid ou gabarit de page)**, un regroupement des données connexes en **volumes** faciles à identifier, avant la lecture à proprement parler, et surtout du **vide**, tant pour reposer le regard et que pour éviter d'effrayer

Un bon **contraste** entre le texte et le fond

Pas plus de 3 polices de caractère ou de variantes et des moyens de mise en évidence, pour **éviter la surcharge cognitive** et avoir un nombre de **codes** traitable sans effort

Préférez les **polices sans-serif**. Diminuez au possible la largeur des blocs de texte pour une lecture facile.

Visez un **plan** facile à repérer... voire informatif !

! Testez votre création avec une impression N&B, format A4, ça permettra de vérifier le contraste et la lisibilité des plus hauts niveaux de lecture

Avant tout, définir notre propre stratégie de communication en se servant de la méthodologie **P-O-P**, qui consiste à trouver des réponses claires aux questions : quel **Public** pour cette communication ; quels **Objectifs** pour cette communication ; quelle **Posture** pour cette communication.

Une fois notre P-O-P précisé, il nous faut agir tant sur le contenu, que sur le design (le contenant).

■ QUELQUES RECOMMANDATIONS TRES PRATIQUES

HELP // LA CHECK-LIST QUI SAUVE

- Je parle à QUI ?
- Je vise QUOI ?
- Je m'y prends COMMENT ?
- Dans quel CONTEXTE ?
- Quel CHOIX de mes contenus ?
- PAS (de) CAS(se) ?
- LISIBLE ?
- INTUITIF ?
- COMPREHENSIBLE ?
- CODE pour aider à retenir ?
- ATTRACTIF ?

+++

EXEMPLE

The example shows a poster layout with several levels of text and graphics. Annotations on the left side identify different levels of readability:

- NIVEAU 1**: Quicksand 90 pt bold, puis light. Points to the main title and subtitle.
- NIVEAU 2**: Quicksand 60 pt bold, puis regular. Points to the 'POURQUOI?' section.
- NIVEAU 4**: Arial 32pt, regular. Points to the 'QUE FAIT-ON?' section.
- NIVEAU 5**: = légende Arial 24pt, Regular, italique. Points to the legend section.
- NIVEAU 3**: Quicksand 40 pt, regular. Points to the 'POUR QUI?' section.

The poster content includes:

- POURQUOI?** Pour mieux comprendre et soigner des maladies, on doit produire plus de protéines, mieux et plus vite.
- QUE FAIT-ON?** On produit les protéines membranaires liées à certaines maladies. But : comprendre le lien avec la maladie, ou travailler sur des candidats-médicaments.
- POUR QUI?** Les laboratoires, l'industrie.
- SYNTHESIS?** Notre portrait robot. Création en 2011.

GRILLE 3 colonnes avec d'autres alignements ad hoc