

6 . Communication à destination des publics

OBJECTIFS

- Justifier l'intérêt des supports visuels en fonction de l'objectif visé, des publics concernés.
- Présenter les caractéristiques des productions visuelles.
- Identifier les critères d'efficacité d'une communication visuelle.

Mise en situation professionnelle

Dans le cadre du dispositif Ville-Vie-Vacances et en réponse à la forte population d'immigré, votre centre social « les 3 quartiers » organise une soirée « Un été au ciné » avec l'appui des partenaires habituels : la commune et le département. Vous décidez de projeter, devant le centre social, en plein air le film « Indigène ». La projection est prévue le 22 juin à 21 heures. Tout public est le bienvenu, aucuns frais de participation. Pour diffuser l'information aux habitants, vous prévoyez la réalisation de supports visuels de communication.

ACTIVITÉ 1 L'affiche

DOC. 1 Caractéristiques de l'affiche



Une affiche est un document visuel de communication de masse destiné, par affichage, à un public cible plus ou moins large.

L'intérêt de l'affiche est de diffuser une information ou un message. Elle est aussi utilisée pour susciter l'intérêt sur un sujet : donner envie de participer à un événement, inciter à réagir sur une problématique donnée et agir, inciter à changer de comportement, éduquer. Le but de l'affiche est d'attirer

l'attention sur le message qu'elle porte. Pour cela, il est utile de réfléchir en équipe pour bien cerner le sujet. Un brainstorming (échanges d'idées) peut être mis en place afin de sélectionner les idées principales et retenir les plus pertinentes.

CONCEPTION

Dans une affiche on doit trouver :

- **Le titre ou accroche** formule brève qui capte l'attention, étonne, incite à réfléchir et réagir.
- **Limage ou visuel** : relate ou synthétise le message. Par sa position dans l'affiche, ses couleurs, ses contrastes, son montage, elle doit renforcer l'attention du lecteur pour lui faire lire l'annonce. N'oubliez pas de citer les sources des illustrations (auteur, titre, date et provenance).
- **Le texte** : texte très court, simple et explicite qui précise le message. Écrit dans une typographie esthétique. Le choix du type de la police et de taille des caractères doit être bien étudié. Constitué de phrases interrogatives, exclamatives ou impératives qui poussent le récepteur à agir. Exemple : « La fraternité ça se dit mais ça ne se vit pas souvent ! Qu'en pensez-vous ? » « Le secours catholique a besoin de vous, aidez les SDF ». On peut inventer un slogan qui par sa forme, restera en tête du destinataire (rimes ; double sens ; détournements >>>

de citations, de slogans, de titres connus, jeux de mots, paradoxes, etc.). Exemples : « un verre, ça va ; trois verres, bonjour les dégâts ».

– **La signature** : c'est les références (logo, nom, coordonnées) de l'émetteur du message placées en bas de l'affiche ainsi que les logos et les noms d'éventuels partenaires afin de valoriser le partenariat. Attention : il est obligatoire de mentionner sur le côté des affiches le nom de l'imprimeur, que ce soit un professionnel ou la structure (dans ce cas, faire figurer « **IPNS** : imprimé par nos soins »).

PRÉSENTATION

Il s'agit d'articuler les différents éléments déterminés auparavant : le texte et les illustrations afin d'aboutir à une affiche claire, lisible et agréable à regarder. L'affiche se décline le plus souvent en format A5 ou d'affichette « flyer ». S'il s'agit de petites affiches de type flyer, la mention « Ne pas jeter sur la voie publique » doit figurer sur le document.

Pour réaliser une affiche, il est judicieux de commencer par la conception d'une maquette et de la tester avant de réaliser l'affiche définitive par un logiciel PAO.

1 Indiquer trois objectifs de l'affiche.

-
-

2 Énoncer quatre critères d'efficacité d'une affiche.

-
-
-
-

3 Indiquer les mentions obligatoires qui doivent figurer sur les affiches.

.....

4 À partir de l'affiche du **DOCUMENT 1**, répondre aux questions suivantes.

4.1. Donner l'objectif de cette affiche.

.....
.....

4.2. Faire une analyse grossière de la forme.

.....
.....
.....

4.3. Indiquer les moyens utilisés par le concepteur pour mettre en évidence le texte.

.....

4.4. Indiquer le nombre de partenaires de cette affiche et justifier ce nombre.

.....

5 Sur une feuille annexe, créer des affiches adaptées aux situations suivantes.

► Situation 1

Dans le cadre du dispositif Ville-Vie-Vacances et e réponse à la forte population d'immigré, votre centre social « les 3 quartiers » organise une soirée « Un été au ciné » avec l'appui des partenaires habituels : la commune et le département. Vous décidez de projeter, devant le centre social, en plein air le film « Indigène ». La projection est prévue le 22 juin à 21 heures Tout public est le bienvenu, aucuns frais de participation. Pour diffuser l'information aux habitants, le directeur vous charge de réaliser une affiche.

► Situation 2

Le Centre régional d'information des Nations Unies en Europe occidentale (UNRIC), en partenariat avec la nouvelle agence des Nations Unies ONU-Femmes, la campagne « Tous Unis pour mettre fin à la violence à l'égard des femmes » et les grands quotidiens européens, lance une campagne d'affiches afin de sensibiliser le public et de dénoncer la violence contre les femmes qui est intolérable et évitable.

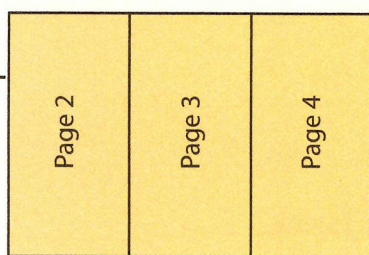
Le concours d'affiches est ouvert à tous les citoyens européens. L'affiche gagnante sera sélectionnée par un jury d'experts. Le vote du public est ouvert à tous les citoyens du monde.

Votre tuteur adhère à ce concours, il vous charge de créer une affiche qui s'intitule « Non à la violence contre les femmes ».

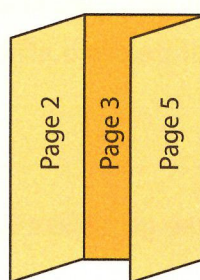
ACTIVITÉ 2 Le dépliant

DOC. 2 Caractéristiques du dépliant

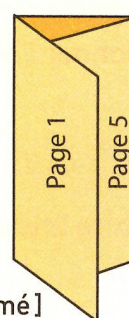
Dépliant
en 3 volets



[Format ouvert]



[Format fermé]



Un dépliant est un moyen de communication visuelle présentant le message sur un document qui se déplie. Le dépliant permet d'informer sur un sujet donné dans un souci de se faire un choix ou d'éduquer, de donner des conseils sur l'hygiène de vie, de présenter une structure ou un service.

C'est un support très utilisé dans le domaine sanitaire et social, il peut viser

une catégorie déterminée de population ou un grand nombre de personnes (communication de masse).

Le dépliant peut être remis en mains propres pour répondre à une demande de l'utilisateur ou mis à disposition dans les institutions sur un présentoir sur le site internet de la structure ou du service.



C'est un support contenant des informations concises et ordonnées dans un petit espace. C'est un outil de communication souple, très visuel, simple et peu coûteux à produire. La durée de vie d'un dépliant est plus ou moins longue tant que l'information qu'il contient est valide.

Le dépliant doit capter l'attention du lecteur pour qu'il prenne le temps de lire les informations qu'il contient. L'information doit être organisée et hiérarchisée pour intéresser le lecteur. Elle doit aussi respecter le sens de lecture.

CONCEPTION

► La forme

Le dépliant utilise généralement un papier couleur, le plus souvent plié en trois volets, soit six pages. Il contient un texte concis et illustré. La présentation est soignée, la mise en page est aérée.

► Le fond

Les informations du dépliant sont écrites dans un style courant respectant la typographie, elles sont accessibles, ordonnées et fiables. Le message est transmis progressivement au fur et à mesure de l'ouverture du dépliant.

– Sur la première page se trouve généralement le titre ou accroche appuyé par une illustration, l'objet de l'information et l'émetteur.

– Sur les pages suivantes (2, 3, 4, et 5), les informations sont développées de manière structurée, les paragraphes sont courts. Chaque page développe une idée principale : un sous-titre par page.

Le message est transmis progressivement au fur et à mesure de l'ouverture du dépliant.

– Sur la dernière page, on trouve des informations et des conseils pratiques (plan, adresse, moyen de transport, personnes ressources, informations sur l'imprimeur, date de réalisation...).

Pour réaliser un dépliant, il faut identifier la demande, déterminer les objectifs, le public cible, rechercher les informations, les trier, les sélectionner, choisir le format du dépliant (4 ou 6 pages), faire un premier projet pour visualiser l'organisation du contenu et enfin, réaliser le dépliant en utilisant un traitement de texte classique de style *Open Office* ou *Word*.

1 Indiquer trois objectifs du dépliant.

.....

.....

2 Énoncer quatre critères d'efficacité d'un dépliant.

.....

.....

.....

.....

3 Indiquer deux caractéristiques du dépliant le différenciant de l'affiche.

•

•

4 À partir du **DÉPLIANT** ci-contre, répondre aux questions suivantes.

4.1. Donner le nombre de volets ainsi que le nombre de pages.

.....

4.2. Donner l'objectif de ce dépliant.

.....

IMPORTANT

Les déchets professionnels n'entrent pas dans la catégorie "encombrants"

Si vous êtes un professionnel, il vous appartient :

- De déposer dans les déchèteries les déchets qui y sont autorisés
- De consulter une société de collecte qui vous propose des solutions adaptées aux déchets spécifiques

La déchèterie la plus proche de votre domicile

DEULEMONT - FRELINGHIEN, QUESNOY-SUR-DEULE, WARNETON

Un nouveau service "d'enlèvement sur appel téléphonique" réservé aux Particuliers pour les encombrants volumineux

Les encombrants qui doivent être déposés en déchèterie

Litres, mobilier, électroménager, bicyclettes, emballages...
Portes, fenêtres, équipements de cuisine et de salle de bain, revêtements de sol, de mur ou de plafond...
Réfrigérateurs et congélateurs...
Déchets végétaux issus des jardins : tonneaux de pelouse mise en sacs et petits branchages foliés...
Terre, déchets, gravats, imparablement...
Pneus...
Bidons, fûts ou récipients ayant contenu ou contenant des huiles, peintures etc...
Déchets spéciaux des ménages : matériel électronique, batteries, piles, médicaments...
Ces particuliers : les déchets de soins doivent être reçus par les professionnels
Autres produits : consulter la déchèterie

L'enlèvement sur appel téléphonique : Mode d'emploi

Les encombrants concernés

- Objets volumineux ne pouvant entrer dans votre véhicule : litons, mobilier, électroménager, bicyclettes, emballages...
- Déchets issus du bricolage familial : portes, fenêtres, équipements de cuisine et de salle de bain, revêtements de sol, de mur ou de plafond...
- Élagages foliés dans la limite de 2m'

ATTENTION :

- Tout autre produit n'entrant pas dans les deux catégories ci-dessus est à déposer en déchèterie
- Les objets doivent pouvoir être soulevés et manipulés sans danger par deux personnes.

CAS PARTICULIERS :

- Les réfrigérateurs et congélateurs font l'objet d'une collecte spécifique organisée en place sur l'ensemble de la Communauté Urbaine et assurée par : **Multicyclages Industriels** - Tél : 03 20 70 20 20

Comment prendre rendez-vous ?
Appelez le **0800 203 775***

du lundi au vendredi de 10h à 17h30 et de 13h à 17h (le mercredi : de 10h à 12h)
*numéro vert - appel gratuit

Précisez vos coordonnées ainsi que la nature et le nombre des objets à enlever.
Un épouvanté fera avec vous le jour et la plage horaire d'enlèvement.

Le jour convenu

Les déchets sont à déposer par vos soins sur le trottoir pour l'heure indiquée.
Votre présence est indispensable et il vous sera demandé une signature de confirmation de l'enlèvement.

IMPORTANT :

- En aucun cas, le personnel n'est habilité à aller chercher les objets au sein des habitations.
- Seuls seront enlevés les objets indiqués lors de la prise de rendez-vous.

4.3. Faire une analyse grossière de la forme.

4.4. Faire une analyse grossière du fond.

5 Sur une feuille annexe, présenter la mission locale sous forme de dépliant en exploitant le **DOCUMENT 3**.

DOC. 3 Les missions locales

CADRE JURIDIQUE

Les missions locales ont été instituées par l'ordonnance n°82-273 du 26 mars 1982. Elles sont créées à l'initiative des collectivités locales en accord avec le Préfet. Elles sont dotées d'une personnalité juridique propre, sous forme d'association de la loi de 1901 ou de groupement d'intérêt public (à Paris, les 5 missions locales sont des associations Loi 1901).

PUBLIC VISÉ

Les jeunes de 16 à 25 ans non scolarisés, sans emploi permanent ou en apprentissage.

MISSIONS

Les missions locales développent leur activité en direction des jeunes et ont vocation à les soutenir dans leur insertion professionnelle par le biais des actions suivantes :

► Pôle orientation

- Programme Trajet d'accès à l'emploi (TRACE).
- Atelier découverte des métiers (ADM) : offre aux jeunes une moyenne de 100 heures pour construire, confirmer ou élaborer des projets. Il se déroule en 3 phases : phase d'accueil et de

diagnostic, d'évaluation et de positionnement.

- Bilans de compétences.
- Informations et conseils sur les mesures en matière d'emploi et de formation.

► Pôle formation

Formations professionnelles alternées, stages en entreprises, chèque micro.

► Pôle emploi

Atelier de recherche d'emploi (ARE) : s'adresse aux jeunes ayant un projet professionnel validé par une expérience ou une formation et maîtrisant les différents outils de recherche d'emploi (simulation, atelier lettres de motivation, atelier CV, entretien d'embauche, accompagnement des jeunes au cyber espace emploi...), Journées de recrutement, information collective sur les métiers, actions de parrainage, partenariat avec ANPE, notamment le Projet d'action personnalisé pour un nouveau départ (PAP/ND), permanence jeunes diplômés assurée par l'AFIJ (Association pour faciliter l'insertion des jeunes diplômés), Cyber-emploi.

Les missions locales soutiennent également les jeunes dans toutes les problématiques



liées à leur insertion sociale :

► Santé

Permanence de la Caisse Primaire d'Assurance Maladie (CPAM),

Visites médicales, soins et bilans de santé gratuits

Plaquettes d'information, actions de prévention.

► Actions sociales

– partenariat avec les Centres d'aides sociales (CAS) et clubs de prévention ;

– permanence juridique : les missions locales peuvent donner des informations et faciliter les démarches à des personnes démunies ;

– aides aux transports : carte transition, carte solidarité transport, chèque mobilité ;

– aides financières : Fonds d'aide aux jeunes (FAJ) ;

– hébergement : les missions locales orientent les jeunes dans leurs démarches en matière d'hébergement d'urgence et d'accès au logement autonome.

Ces structures se sont substituées aux anciennes permanences d'accueil d'information et d'orientation (P.A.I.O.) et, à ce titre, sont amenées à mobiliser un réseau de partenaires locaux dont les partenaires des missions locales, les clubs de prévention...

LA MISSION LOCALE COMPREND LES INSTANCES SUIVANTES

► L'Assemblée générale

Elle se compose de représentants des collectivités territoriales, des services de l'État, de partenaires économiques et sociaux et de personnes qualifiées.

L'assemblée générale constitutive adopte les statuts et procède à la mise en place d'un conseil d'administration. Chaque année, l'assemblée générale examine le bilan d'activité de l'année écoulée et les axes de travail de l'année à venir. Elle approuve les comptes de l'exercice ainsi que le budget prévisionnel.

► Le conseil d'administration

Il doit être représentatif des différents collèges concourant à l'insertion professionnelle et sociale des jeunes : les élus (Ville et Région), les représentants des services de l'État (préfecture, direction départementale du travail, de l'emploi

et de la formation professionnelle, direction des affaires sanitaires et sociales, éducation nationale, protection judiciaire et de la jeunesse, caisse primaire d'assurance maladie, ANPE...), les partenaires économiques et sociaux, les représentants des associations concernées par les questions liées à l'insertion des jeunes. Chaque collège élit ou désigne en son sein les administrateurs au cours de l'Assemblée générale. Le Conseil d'Administration élit le bureau, définit les axes de travail de la mission locale et veille à leur réalisation.

► Le bureau

C'est l'organe exécutif du Conseil d'Administration. Constitué d'une dizaine de membres représentatifs des différents collèges, le bureau élabore le budget et veille à son exécution. Il travaille régulièrement avec l'équipe technique dont il pilote et soutient l'action. L'équipe technique représente l'ensemble conseillers en contact direct avec les jeunes dont elle assure le suivi.

FINANCEMENT

Les missions locales parisiennes sont financées par l'État (Direction régionale du Travail, de l'Emploi et de la Formation professionnelle – DRTEFP), le Département, la Région et par le Fonds Social Européen (FSE).

L'État attribue une subvention forfaitaire de fonctionnement qui fait l'objet d'une convention passée entre le Préfet de Région et la mission locale. Les missions locales sont soumises aux règles de procédure liées à l'utilisation des fonds publics.

CONTACT ILE-DE-FRANCE :

► Conseil Régional d'Ile-de-France – Direction du développement économique, de la formation professionnelle (tél. : 01 53 85 53 85)

► Département de Paris – Direction du développement économique et de l'emploi – bureau des politiques de l'emploi et de la formation professionnelle (tél. : 01 42 76 81 38)

► Direction régionale du Travail, de l'Emploi et de la Formation professionnelle – Service du développement de l'emploi et du marché du travail (tél. : 01 44 84 25 47)

ACTIVITÉ 3 Le tract

DOC. 4 Caractéristiques du tract

Le tract est un document écrit très court qui est souvent utilisé dans un certain nombre de situations pour exprimer des idées et convaincre l'entourage. Le tract invite à une action, incite à agir ou à prendre position.

Il est souvent destiné à mobiliser rapidement et fortement l'attention du public sur un sujet précis: appel à une réunion, à une manifestation, invitation à une soirée, etc. Sa diffusion s'effectue la plupart du temps de main en main mais peut se faire aussi à la sortie du métro, d'un grand magasin ou dans des boîtes aux lettres.

Centre Social Mosaïque ???



C'est un lieu d'échange où l'on rencontre d'autres familles, d'autres adultes, d'autres enfants.

Au centre social vous trouverez :

- ⇒ des solutions de garde pour les petits enfants avec la crèche des Zébulons
- ⇒ un centre de loisirs sans hébergement
- ⇒ des activités prévues pour les adultes (fitness, danse de salon, le tai chi chuan, le yoga...)
- ⇒ un club de personnes retraitées
- ⇒ des ateliers d'apprentissage du français
- ⇒ des sorties culturelles...

Savez-vous que le Centre Social peut vous aider à partir en vacances en famille, en mini-camp, en sortie familiale de journée... Il peut vous aider à choisir des vacances adaptées à votre budget.

Il est attentif à votre organisation familiale, à vos aspirations ; il est surtout à votre écoute pour réaliser avec vous les projets qui vous tiennent à cœur.

Aujourd'hui, le Centre Social Mosaïque décide de venir à votre rencontre afin de vous connaître. Le camping car du Centre Social sera présent :

- à la sortie de l'École des Razes les lundis à partir de 16h00
- à la sortie de l'École des Géraniums les jeudis à partir de 16h00

CENTRE SOCIAL MOSAÏQUE

Rue des Maures

69320 FEYZIN

Tel : 04.78.70.36.95

école, demande de changement d'horaire, ...) ainsi que le public cible.

Dans le cas d'un appel à une action, des indications pratiques sont nécessaires : date, heure, lieu, schéma, plan, des indications sur les moyens de transport peuvent utilement être ajoutées.

La typographie et la mise en page sont importantes pour attirer rapidement l'attention du lecteur. Il est bon de :

- hiérarchiser les informations, en commençant par la plus percutante ;
- souligner ou encadrer des phrases, des mots ;
- introduire des dessins, des schémas ;
- attirer l'attention par la couleur, le soulignement, le gras, les italiques, les encadrés.

Texte

Le texte doit être concis et précis, facile à comprendre. Il doit exposer la situation, l'émetteur, le public visé, les attentes, des consignes et des informations pratiques.

Après une accroche claire, vive et précise, on peut présenter les arguments selon un ordre logique. Le texte doit convaincre et persuader. Il est d'usage dans ce type de texte, d'utiliser des procédés qui valorisent l'émetteur : métaphores, antithèses nettes entre les bons (nous) et les méchants (les autres), exagérations. La connivence est marquée par l'emploi du pronom personnel « nous ». Des impératifs, des phrases exclamatives, de fausses interrogations sont utilisés pour impliquer le lecteur.

Il est également important de préciser le point de vue selon lequel on écrit. L'auteur d'un tract s'implique. Le tract est donc subjectif, mais il doit s'appuyer sur des faits, des références réelles, honnêtes et crédibles. L'auteur donne ses critères de jugement.

Tirage

Le tirage du tract peut aisément se faire sur un photocopieur, ce qui représente un gain de temps. Cependant, si le nombre de tirages est important, les services d'un imprimeur peuvent être rentables au niveau rapport qualité/prix.

CONCEPTION

Présentation

Le format A4 ou A5, de couleur claire. Seul, le recto est utilisé on y indique l'identité de l'émetteur et du groupe auquel il appartient (sigle, logo, nom, adresse), la visée du tract (défense d'un droit, d'un emploi, opposition à la fermeture d'une

1 Indiquer deux objectifs du tract.

.....

.....

2 Indiquer l'importante caractéristique du tract le différenciant du dépliant.

.....

.....

3 À partir du **TRACT** ci-contre, répondre aux questions suivantes.

3.1. Donner l'objectif de ce tract.

.....

.....

3.2. Indiquer le public visé.

.....

3.3. Faire une analyse grossière de la forme.

.....

.....

.....

.....

.....

3.4. Relever le nombre de signataires.

.....

4 Sur une feuille annexe, rédiger, en binôme, un tract sur l'un des thèmes suivants.

Sujet 1: Création d'un passage protégé devant l'arrêt du bus.

Sujet 2: Halte à l'insalubrité et la dégradation des biens communs du quartier.

Sujet 3: Contre les voitures en stationnement sur les trottoirs.

Sujet 4: Appel à une manifestation contre la suppression de la crèche de la commune.

Chaque tract est conçu dans un format A4 et doit faire figurer un titre accrocheur, le ou les signataires, le public cible, le développement ou argumentation et éventuellement les dates des événements.

.....

.....

.....

.....

STOP ! Ce n'est pas en opposant **L'HEBERGEMENT au LOGEMENT** que l'on résoudra les problèmes

MOBILISATION

ADMINISTRATEURS, SALARIES, BENEVOLES, DES ASSOCIATIONS DU SECTEUR SOCIAL

Rendez-vous : Mardi 19 juillet 2011 à 13h30 devant la DRIHL
5 rue Leblanc - 75015 PARIS - M° Balard

Nos associations déplorent la politique d'hébergement et d'accès au logement menée par l'Etat dans un contexte où le secteur associatif est pleinement menacé !
Hébergement, logement : il faut changer de méthode !

| CE QUE NOUS DEPLORONS | CE QUE NOUS DEMANDONS |
|---|---|
| <p>La réduction drastique de nos moyens qui ne nous permettront pas de fonctionner jusqu'à la fin de l'année 2011</p> <p>La réduction des moyens du Samu Social alors que des milliers de personnes dorment à la rue et se présentent aux urgences des hôpitaux</p> <p>Le manque de places d'hébergement et de logements sociaux en Ile de France</p> <p>L'accompagnement social qui n'est pas mis au cœur de la politique actuelle</p> <p>L'accès au logement devenu une priorité « à tout prix » par l'Etat alors que malgré les crédits engagés, aucun résultat efficace n'est démontré à ce jour</p> | <p>La reconduction de nos budgets 2010 pour l'année 2011 afin d'assurer notre mission d'hébergement, d'accueil et d'accompagnement des personnes</p> <p>Le financement des moyens du 115 pour optimiser la prise en charge des personnes aujourd'hui à la rue</p> <p>La définition d'objectifs chiffrés de programmation de places d'hébergement et de logement social pour les trois ans à venir pour couvrir l'ensemble des besoins</p> <p>La restauration d'un dialogue avec les associations qui ne sont pas de simples prestataires de service</p> |

Avec cette politique telle qu'elle est menée aujourd'hui, ce sont les valeurs de solidarité de la République qui sont remises en cause !

Les associations signataires :

- Défense des Mal-Logés
- Sans Logis
- Sans Abris

ACTIVITÉ 4 panneau d'exposition

DOC. 5 Caractéristiques du panneau d'exposition

Le panneau d'exposition est un support de communication visuel en bois ou en métal présentant l'information par affichage. Il permet d'informer les visiteurs sur un sujet donné, un projet futur ou tout simplement commémorer un événement du passé. Le panneau d'exposition se place en général dans un lieu de passage important en tenant compte du sens de circulation ou bien dans un lieu de réunion.

CONCEPTION

Présentation

Le panneau d'exposition doit attirer l'attention. Par conséquent, il nécessite d'être aéré, soigné, coloré, sur fond uni, visible de loin. La composition texte/illustrations est bien étudiée. Le titre est accrocheur et bien visible de loin. Le nom de l'émetteur figure discrètement sur le panneau.

Le panneau suit un plan de lecture. La disposition verticale donne l'impression de rigueur, de précision : à utiliser quand les informations doivent être classées par rubriques. La disposition horizontale suit le sens normal de la lecture et par conséquent rassure le lecteur. La disposition mosaïque donne au lecteur la liberté de cheminement dans l'information.

Texte

Le texte répond au sujet choisi. Le panneau doit apporter un maximum d'informations dans un minimum de place. Les textes sont courts, précis et synthétiques. Les titres

sont écrits en gros caractère, les sous-titres, écrits en lettres plus petites. L'affiche doit être agréable à lire : utilisez différentes police de caractères de tailles différentes, encadrer les parties importantes, soulignez ou surligner les titres, différencier le texte par le gras ou l'italique, espacez les paragraphes et les textes, utilisez des minuscules. Sans oublier de vérifier l'orthographe et la grammaire.

Illustrations

Les illustrations ou images (schémas, diagrammes, plans, cartes, croquis, photographies...) doivent respecter quelques règles :

- Chaque illustration est légendée, mentionnant la source et accompagnée d'un petit texte explicatif.
- L'illustration doit être en rapport avec le sujet de l'exposition.
- L'illustration doit apporter des informations nouvelles par rapport au texte (des schémas par exemple).

Attention

La législation stipule que tout travail (texte, image, schéma...) repéré sur une bibliographie ou une webographie appartient à la personne qui l'a créé.

La loi sur les droits d'auteurs et sur la propriété intellectuelle oblige les utilisateurs de propriétés privées de citer la source (auteur, titre, date, provenance) ou l'adresse du site Internet sur lequel l'information a été copiée. À défaut le propriétaire peut porter plainte.

1 Indiquer deux objectifs du panneau d'exposition.



2 Donner l'intérêt des différentes dispositions du panneau d'exposition.

| Dispositions | Intérêts |
|--------------|----------|
| Verticale | |
| Horizontale | |
| Mosaïque | |

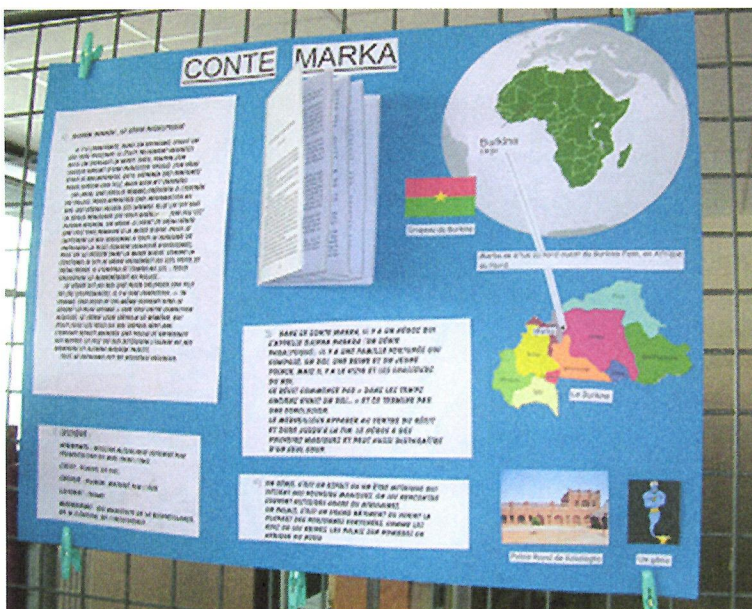
3 Indiquer l'importante caractéristique du tract le différenciant du dépliant.

4 À partir du panneau d'exposition ci-contre, répondre aux questions suivantes.

4.1. Indiquer la nature du support.

4.2. Donner la disposition du panneau.

4.3. Faire une analyse grossière et critique de la forme.



5 Concevoir un panneau d'exposition «de 80 cm de hauteur et de 120 cm de largeur» présentant les différentes formations du domaine du social proposées au lycée en respectant les critères suivants :

- Présence d'un titre accrocheur.
- Fond uni.
- Texte écrit en minuscules, court, aéré, facile à lire, lisible à une distance de 1,50 mètre.
- Présence de photos des différents projets avec la légende.
- Toute sorte de typographie mettant en valeur le contenu.
- Choix judicieux de l'emplacement.
- Libre disposition du panneau.

Le panneau d'exposition sera présenté à l'occasion de la journée porte ouverte du lycée.