

Techniques de bureautique : microédition et hypermédia

L'identité de marque

Fiche professeur(e)

Niveau : intermédiaire – avancé

Objectifs :

Linguistiques

- Travail sur la modalisation (il faut, on devrait...), donner un ordre, un conseil
- Structures avec SI + imparfait + conditionnel ou Si + présent +présent ou futur (si vous choisissiez, vous pourriez)
- Consolider la compréhension orale

Communicatifs

- Décrire/parler de ses créations, du processus créatif et des tendances en graphisme (cet atelier pourra se faire en complément de l'atelier 2 dans lequel se trouvent les questions pour un entretien d'embauche)

Ressources utilisées :

- Définition de [l'identité de marque](#) (Annexe 1)
- L'identité de marque – vidéo (Annexe 2) et corrigé <https://www.lafabriqueculturelle.tv/capsules/12315/design-mtl-l-identite-de-marque>
- Donner un ordre, un conseil (Annexe 3)
- La structure si + imparfait + conditionnel (Annexe 4)
- Vocabulaire pour s'exprimer sur une affiche, un logo (Annexe 5)
- Outil d'évaluation (Annexe 6)

Autres ressources

- L'atelier *G_I_qualités_dominos_paires*
- Le site *wordreference.com*
- <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/>
- Place des adjectifs et changement de sens :

https://www.lepointdufle.net/ressources_fle/place_des_adjectifs.htm

<https://www.youtube.com/watch?v=zKMDpUcAoko>

- Pour la pratique de la structure avec *SI + imparfait + conditionnel* ou *Si + présent + présent ou futur*

<https://apprendre.tv5monde.com/en/aides/grammaire-si-imparfait>

[https://www.francaisfacile.com/exercices/exercice-francais-1/exercice-francais-195.php#:~:text=%2D%2D%3E%20conditionnel%20pr%C3%A9sent%20quand%20la,je%20le%20ferai%20\(futur\).](https://www.francaisfacile.com/exercices/exercice-francais-1/exercice-francais-195.php#:~:text=%2D%2D%3E%20conditionnel%20pr%C3%A9sent%20quand%20la,je%20le%20ferai%20(futur).)

https://www.ccdmd.qc.ca/media/tps_avec_si_12Concordance.pdf

- Figures de style, slogans et publicités québécoises
- <https://www.quizz.biz/quizz-1370244.html>
- <https://www.francofete.qc.ca/merites/francopub/concours/laureats.aspx>
- <https://www.lapresse.ca/affaires/economie/200901/06/01-689734-les-10-pubs-marquantes-du-quebec.php>

Note à l'attention des professeur(e)s et des étudiant(e)s :

Cet atelier a été conçu à des fins pédagogiques. Vous devez toujours vous référer aux contenus enseignés dans les cours crédités de votre cégep s'ils sont différents des informations données dans des documents écrits ou audio-vidéo.

Situation : Vous devez faire un exposé sur le logo comme représentant une marque et son identité. Vous devez vous préparer pour parler de l'importance de bien définir l'identité d'un produit avant de l'exprimer au travers d'un logo.

Étape 1 : Qu'est-ce que [l'identité de marque](#) ?

Avant de regarder la vidéo, discuter avec les étudiants de la notion *d'identité de marque*. Si nécessaire, écrire certains mots clefs au tableau :

Logo, couleur, prix, entreprise, campagne publicitaire, taille, représenter, la notion d'identité, l'importance, les éléments sonores, architecturaux, historiques, culturelles, etc.

Une fois ces mots écrits au tableau, faire un bref rappel sur l'importance de maîtriser le genre d'un mot pour la production écrite et demander aux étudiant(e)s de dire si les mots donnés sont masculins ou féminins.

Proposer aux étudiant(e)s d'ajouter d'autres mots clefs et leur demander de justifier leur choix.

Étape 2 : l'identité de marque selon *L'encyclopédie illustrée du marketing*

Demander aux étudiant(e)s de lire la définition donnée sur le site et d'en discuter avec le reste du groupe ou en dyades.

Noter les idées exprimées par les étudiant(e)s au tableau

<https://www.definitions-marketing.com/definition/identite-de-marque/> (Annexe 1)

L'encyclopédie illustrée du marketing, l'identité de marque est

« la résultante dans l'esprit des consommateurs de l'ensemble des caractéristiques de la marque. » Les notions suivantes sont mentionnées :

« - les éléments de la politique de marque (marque, logo, couleur, etc.).

- les éléments de politique commerciale (prix, distribution, etc.)

- les [valeurs de marque](#)

- Le design et d'éventuels éléments architecturaux (forme du toit chez Courte Paille, le

totem Mac Donald's,...)

- les éléments historiques de la marque (histoire de l'entreprise, campagnes de communication passées, etc.). »

- ...

« Selon Jean Noel Kapferer, l'identité de marque comprend six facettes qui sont :

- le physique
- la [personnalité](#)
- la culture
- la relation
- le reflet
- la mentalisation

Cette grille de lecture constitue alors ce qui est appelé le prisme de l'identité de marque.

D'autres facettes peuvent être potentiellement ajoutées à l'identité de marque, on peut par exemple penser à la notion d'[identité vocale](#) amenée à se développer pour certaines marques. »

Étape 3 : Illustration de *L'identité de marque – vidéo*

(<https://www.lafabriqueculturelle.tv/capsules/12315/design-mtl-l-identite-de-marque>)

Demander aux étudiant(e)s de regarder la vidéo une 1^{re} fois, puis leur demander leurs commentaires et réactions. En quoi les idées dans ce documentaire correspondent-elles ou non à la définition lue précédemment ?

Regarder la vidéo une 2^e fois et demander aux étudiants de noter des idées et mots clefs, puis faire une mise en commun.

Étape 4 : Lecture des questions d'écoute et réponses (Annexe 2)

Lire les questions en lien avec la vidéo (Annexe 2). Demander aux étudiant(e)s de lire à voix haute et corriger la prononciation au besoin. S'assurer qu'ils/elles comprennent les questions. En dyades, leur demander de répondre aux questions.

Étape 5 : Retour sur le vocabulaire de la vidéo et commentaires (Annexe 2)

Dans ce documentaire, les intervenants utilisent les mots ci-dessous.

- a) Donner un synonyme ou expliquer ce que signifie le **mot ou l'expression**.
- b) Trouver des mots de la même famille

- **Un mélange de beau léché à l'extrême** (question 2) - plusieurs aspects esthétiques que l'on a figolés/perfectionnés, auxquels on a prêté toute son attention.
- **Une balade** (question 4) : une promenade ; se balader/se promener.
Attirer l'attention des étudiant(e)s sur l'expression : « prendre une marche » est un claque de l'anglais « to take a walk »
- **Le crénage** (question 5) : c'est l'espacement entre les caractères d'un mot. Selon le Larousse, il s'agit de « l'action de rapprocher deux caractères adjacents, afin d'obtenir un meilleur rendu visuel. »
- **Enligner** (question 6) – aligner ; un alignement ; mettre sur une même ligne.

Attirer l'attention des étudiants sur les verbes « enligner » et « aligner » et les référer à la *Banque de dépannage linguistique* lorsqu'ils ont des doutes sur la terminologie, le contexte d'utilisation d'un mot.

- **Fédérer** (question 10) : rassembler, regrouper autour d'un projet commun ; le rassemblement, la fédération, le regroupement.
- **La refonte** (question 11) : L'amélioration, le remaniement ; améliorer, remanier, refondre, donner une nouvelle image.
- **Capter** (question 23) : attirer, attirer l'attention de

Êtes-vous d'accord avec les affirmations exprimées dans la vidéo ?

- ❖ « **Le logo est la plus simple expression d'une marque** » (question 7).

Que signifie le mot « *simple* » dans le contexte de cette remarque ?

Attirer l'attention sur la différence de sens entre « une expression simple » et « une simple expression ».

Encourager les étudiants à consulter les liens ci-dessous :

https://www.lepointdufle.net/ressources_fle/place_des_adjectifs.htm

<https://www.youtube.com/watch?v=zKMDpUcAoko>

et faire remarquer que les publicités et logos peuvent jouer sur le double sens des mots.

Ici, l'expression signifie que la seule (l'unique) présence du logo est suffisante pour parler d'une marque. Placé avant le nom, il signifie « qui se suffit à lui-même »

- ❖ « **Il fallait préserver un héritage** » (question 12).

*Doit-on toujours préserver l'héritage d'une marque lorsque l'on fait la refonte d'un logo ?
Avez-vous des exemples pour illustrer votre opinion ?*

*Quel autre mot pourrait remplacer « héritage » dans le contexte de la vidéo ? **tradition***

- ❖ « **donner un nouveau souffle** » (question 18).

Que signifie cette expression ? Dans quelle mesure est-il nécessaire de donner à un nouveau souffle à une marque ?

Lui redonner une nouvelle vie, une nouvelle énergie

Quels mots de la même famille et expressions connaissez-vous ? **Être essoufflé, à bout de souffle, s'essouffler, perdre son souffle, souffler.**

Étape 6 : s'exprimer sur divers logos, sur la pertinence de certains éléments dans les logos et sur leur refonte potentielle, que les étudiant(e)s aimeraient y apporter

Placer les étudiants en dyades et leur donner les liens ci-dessous :

<https://fr.metrotime.be/actualite/uber-se-lache-dans-sa-premiere-campagne-de-pub-francaise>

<https://creapills.com/accrochage-verbal-slogan-20170629> (jeux de mots)

<https://www.conseilsmarketing.com/communication/les-publicites-les-plus-creatives-et-originales/>

<https://www.printoclock.com/blog/10-exemples-de-campagnes-publicitaires-originales-et-creatives/>

<https://www.lapresse.ca/affaires/economie/200901/06/01-689734-les-10-pubs-marquantes-du-quebec.php>

- a) Leur demander de choisir individuellement deux ou trois logos (leur préféré, un logo qu'il n'aime pas, un logo qui leur semble passé de mode, très connoté d'un point de vue culturel, etc.) par exemple.
- b) demander de faire une description du logo (fontes, crénage, couleurs, public visé, etc.)
- c) demander aux étudiant(e) de justifier leurs choix et de s'exprimer sur une refonte de certains des logos choisis. Ils/elles devront utiliser l'expression : si j'étais le graphiste/si on me proposait de / si je devais modifier, je + conditionnel
Demander aux étudiant(e)s de ne pas lire les textes et d'ignorer les traductions données pour certains slogans. *Comment pourrait-on rendre/traduire le fait que la crise peut nous pousser à intervenir ?*

Cette étape peut être le moyen de travailler sur les synonymes, l'usage du mot adéquat dans un contexte donné. Antidote est un outil recommandé.

Étape 7 : présentation d'un logo, d'une affiche

Inviter les étudiant(e)s à choisir un logo et à en faire une description et une analyse pour justifier les choix de couleurs, polices, tailles, images, textes, etc.

Annexes

Annexe 1 - l'identité de marque selon *L'encyclopédie illustrée du marketing*

<https://www.definitions-marketing.com/definition/identite-de-marque/>

C'est la résultante dans l'esprit des consommateurs de l'ensemble des caractéristiques de la marque. » Les notions suivantes sont mentionnées :

- « - les éléments de la politique de marque (marque, logo, couleur, etc.).
- les éléments de politique commerciale (prix, distribution, etc.)
- les [valeurs de marque](#)
- Le design et d'éventuels éléments architecturaux (forme du toit chez Courte Paille, le totem Mac Donald's,...)
- les éléments historiques de la marque (histoire de l'entreprise, campagnes de communication passées, etc.). »
- ...

« Selon Jean Noel Kapferer, l'identité de marque comprend six facettes qui sont :

- le physique
- la [personnalité](#)
- la culture
- la relation
- le reflet
- la mentalisation

Cette grille de lecture constitue alors ce qui est appelé le prisme de l'identité de marque.

D'autres facettes peuvent être potentiellement ajoutées à l'identité de marque, on peut par exemple penser à la notion d'[identité vocale](#) amenée à se développer pour certaines marques. »

Annexe 2 - l'identité de marque

<https://www.lafabriqueculturelle.tv/capsules/12315/design-mtl-l-identite-de-marque>

L'identité de marque

1. À quoi le design graphique est-il souvent associé ?
2. En réalité qu'est-ce que le design graphique ?
3. Quelle est la phrase retenue par M. Kessous lors de son premier cours de design ?
4. Qu'est-ce qui peut devenir épuisant pour M. Kessous ?
5. Sur quoi se questionne-t-il lorsqu'il voit l'enseigne du restaurant indien ?
6. Qu'est-ce qu'il a envie de faire lorsqu'il voit des cônes orange ?

(Publicité pour la bière Boréal – 1 : 50 – 2 : 27)

7. Qu'est-ce qu'il y a partout dans la ville ?
8. Où les trouve-t-on exactement ?
9. Qu'est-ce que le client de Boréal veut ?
10. Quand le design graphique accomplit-il sa mission ?
11. Quel exemple donne-t-il ?
12. Pourquoi leur cadre de travail était-il restreint ?
13. Qu'est-ce qui a été amplifié ?
14. Malgré cette amplification, qu'est-ce que le produit est demeuré ?

(La pâtisserie Rhubarbe – 2 : 28 – 4 : 00)

15. Qui connaît le mieux son projet ?
16. Quel est le plus grand défi du designer ?

17. Quelles sont les interactions avec le client-collaborateur ?
18. Quel était leur mandat pour la cliente de Rhubarbe ?
19. Pourquoi ?
20. Le jeu des couleurs représente quoi ?
21. Qu'est-ce qui prend de l'importance dans le design ?
22. Qu'est-ce qu'il faut également faire ?
23. Qu'est-ce que des publicités épurées permettent ?
24. Que signifie le fait de toucher les gens émotionnellement ?
25. Que cherche-t-on à faire lorsqu'on exerce ce métier ?

L'identité de marque - Corrigé

1. À quoi le design graphique est-il souvent associé ? *Au beau vide, dénué de sens.*
2. En réalité qu'est-ce que le design graphique ? *C'est un mélange de beau léché à l'extrême et qui s'articule autour d'une idée maîtresse forte et puissante.*
3. Quelle est la phrase retenue par M. Kessous lors de son premier cours de design? *À partir de maintenant, vous allez designer à chaque seconde de votre vie.*
4. Qu'est-ce qui peut devenir épuisant pour M. Kessous et pourquoi ? *Une simple balade dans le quartier. Il observe, est attentif à tous les logos autour de lui.*
5. Sur quoi se questionne-t-il sur l'enseigne du restaurant indien ? *Le crénage.*
6. Qu'est-ce qu'il a envie de faire lorsqu'il voit des cônes orange ? *Les enligner.*
7. Qu'est-ce qu'il y a partout dans la ville ? Des logos. Pour lui, le logo *est la plus simple expression d'une marque)*
8. Où en trouve-t-on ? *Sur les enseignes de restaurants, de commerces, on interagit avec les logos tout le temps.*
9. Qu'est-ce que le client de Boréal veut ? *Un souffle de nouveauté*
10. Quand le design graphique accomplit-il sa mission ? *Quand il fédère les gens.*
11. Quel exemple donne-t-il ? *La refonte de l'identité de marque de Boréal.*
12. Pourquoi leur cadre de travail était-il restreint ? *Il fallait préserver un héritage des contraintes assez strictes à respecter, des objectifs assez ambitieux à atteindre*
13. Qu'est-ce qui a été amplifié ? *Le raffinement et l'esthétique.*
14. Malgré cette amplification, qu'est-ce que le produit est demeuré ? *Un produit de masse hyper accessible.*
15. Qui connaît le mieux son projet ? *Le client.*
16. Quel est le plus grand défi du designer ? *La collaboration, travailler ensemble.*

17. Quelles sont les interactions avec le client-collaborateur ? *Échanger, discuter, poser des questions.*
18. Quel était leur mandat pour la cliente de Rhubarbe ? *Accompagner la cliente dans son cheminement, raviver son identité, donner un nouveau souffle.*
19. Pourquoi ? *Elle changeait de lieu physique.*
20. Le jeu des couleurs représente quoi ? *Les produits avec lesquels elle travaille.*
21. Qu'est-ce qui prend de l'importance dans le design ? *La partie esthétique.*
22. Qu'est-ce qu'il faut également faire ? *Clarifier le message.*
23. Qu'est-ce que des publicités épurées permettent ? *De capter l'attention des gens.*
24. Que signifie le fait de toucher les gens émotionnellement ? *Que les designers ont visé juste et se sont installés dans un territoire intéressant de la culture.*
25. Que cherche-t-on à faire lorsqu'on exerce ce métier ? *Créer de l'émotion chez l'autre.*

Annexe 3 :

Donner un ordre ou un conseil

- **EMPLOI DE L'IMPÉRATIF PRÉSENT**

TU (informel)	VOUS (formel)
Allume ton ordinateur !	Allumez votre ordinateur !
Sois prêt à éteindre l'ordinateur !	Soyez prêt à éteindre l'ordinateur !
N'éteins pas l'ordinateur !	N'éteignez pas l'ordinateur !
N'ouvre pas une pièce jointe !	N'ouvrez pas une pièce jointe !
Garde bien cette notice !	Gardez bien cette notice !
Adresse-toi à ton professeur pour tout conseil !	Adressez-vous à votre professeur pour toute information !

- **EMPLOI DE L'EXPRESSION «IL FAUT ... »**

- **«il faut + nom »**

Pour être technicien(ne) en bureautique, il faut un DEC en bureautique.

Pour faire du graphisme animé, il ne faut pas de diplôme supplémentaire.

- **«il faut + infinitif »**

Pour protéger son ordinateur, il faut acheter un antivirus.

Pour faire du graphisme animé, il ne faut pas de diplôme universitaire spécifique.

Remarque:

Pour exprimer un conseil, on conjugue également l'expression «il faut » au conditionnel présent («il faudrait ...»).

Il faudrait trouver une solution.

Il faudrait acheter un nouvel antivirus.

Il faudrait poser la question à un spécialiste.

- **EMPLOI DU VERBE DEVOIR SUIVI DE L'INFINITIF**

TU (informel)	VOUS (formel)
Avant de proposer une solution, <u>tu dois</u> lever la main.	Avant de proposer une solution, <u>vous devez</u> lever la main.
Pour installer ton ordinateur, <u>tu dois</u> appeler un technicien	Pour installer votre ordinateur, <u>vous devez</u> appeler un technicien.
Tu dois t'adresser à ton professeur pour ce genre de questions.	Vous devez <u>vous</u> adresser à votre professeur pour ce genre de questions.

Remarque:

Pour exprimer un conseil, on conjugue également le verbe devoir au conditionnel présent (tu devrais, vous devriez ...).

TU (informel)	VOUS (formel)
Avant de proposer une solution, <u>tu devrais</u> lever la main.	Avant de proposer une solution, <u>vous devriez</u> lever la main.
Pour installer ton ordinateur, <u>tu devrais</u> appeler un technicien	Pour installer votre ordinateur, <u>vous devriez</u> appeler un technicien

Annexe 4 :

LA CONSTRUCTION «SI J'ÉTAIS TOI/VOUS, JE + conditionnel présent » (voir le conditionnel à la fin de ce document)

- Vous pouvez aussi consulter les liens ci-après :
 - <https://apprendre.tv5monde.com/en/aides/grammaire-si-imparfait>
 - [https://www.francaisfacile.com/exercices/exercice-francais-1/exercice-francais-195.php#:~:text=%2D%2D%3E%20conditionnel%20pr%C3%A9sent%20quand%20la,je%20le%20ferai%20\(futur\).](https://www.francaisfacile.com/exercices/exercice-francais-1/exercice-francais-195.php#:~:text=%2D%2D%3E%20conditionnel%20pr%C3%A9sent%20quand%20la,je%20le%20ferai%20(futur).)
 - https://www.ccdmd.qc.ca/media/tps_avec_si_12Concordance.pdf
-
- Si j'étais toi/vous, je n'allumerais pas mon ordinateur.
 - Si j'étais toi/vous, je ne choisirais pas cette couleur.
 - Si j'étais toi/vous, je prendrais une pause.
 - Si j'étais à ta place / si j'étais à votre place, je demanderais conseil.

Exercices

Formulez ces ordres et ces conseils à l'impératif.

1. Vous ne devez pas trop dépenser.
2. Vous devez être prudents.
3. Tu ne dois pas ouvrir les pièces jointes.
4. Vous devez consulter un professeur.
5. Tu ne dois pas oublier ton mot de passe.
6. Tu ne dois pas oublier de donner ton nom et celui de ta compagnie.
7. Tu dois faire attention.
8. Vous devez vous donner un temps de réflexion.
9. Tu dois te connecter au réseau.

Formulez chaque conseil de deux manières différentes.

1. Mémoriser ses mots de passe.
2. Changer ses mots de passe régulièrement.
3. Écouter les conseils de ses partenaires.

4. Proposer des idées plus personnelles.

1. Mettez à l'impératif le verbe entre parenthèses.

(ne pas ouvrir ce fichier)! il contient peut-être un virus.

(ne pas se préoccuper) car nous avons beaucoup de temps.

2. Inventez des conseils liés à votre domaine. Donnez-en au moins trois ...

1. ...à un étudiant qui ne trouve pas d'idée.

2. ...à un partenaire qui doit s'absenter du cours.

3. ...à un étudiant qui ne sait pas si choisir la formation en Techniques de la bureautique.

4. ...à une personne qui est arrivée en retard.

5. ...à un client qui veut vous proposer des idées différentes.

6. ...à un client qui reçoit de nombreuses publicités en ligne.

7. ...à un client dont l'ordinateur ne répond plus.

8. ...à un client qui n'a pas d'antivirus.

Attention : on utilisera moins l'impératif pour donner un conseil à son supérieur; on préférera la formule « si j'étais vous, ... »)

Conditionnel présent

» A. Emploi du conditionnel présent

Le conditionnel présent peut servir à atténuer une demande.

Exemple : Je **voudrais** vous rencontrer. -> au lieu de Je **veux** vous rencontrer.

LA FORMATION DU CONDITIONNEL

Infinitif du verbe + terminaisons ci-dessous

Personne	Manger	Finir	Vendre
je	manger + <i>ais</i>	finir + <i>ais</i>	vendr e + <i>ais</i>
tu	manger + <i>ais</i>	finir + <i>ais</i>	vendr- e + <i>ais</i>
il/elle/on	manger + <i>ait</i>	finir + <i>ait</i>	vendr- e + <i>ait</i>
nous	manger + <i>ions</i>	finir + <i>ions</i>	vendr- e + <i>ions</i>
vous	manger + <i>iez</i>	finir + <i>iez</i>	vendr- e + <i>iez</i>
ils/elles	manger + <i>aient</i>	finir + <i>aient</i>	vendr- e + <i>aient</i>

Annexe 5 (Annexe 7 de l'atelier 2 sur les techniques en graphisme)

Vocabulaire pour évaluer une affiche/un projet

La liste de vocabulaire ci-dessous est tirée des descriptions du site suivant
<https://www.creads.fr/blog/inspirations-design/motion-design-exemple-top-10>

Elle pourra être utilisée pour travailler les mots de la même famille et les cooccurrences.

Verbes + adverbe	Noms	Adjectifs + adverbe
	L'alliance entre et ...	
Raffoler de		
	L'adaptation	Adaptable
	Explication	
	L'art du rythme	Rythmé
	Le mouvement	
	La mise en mouvement	
Aller à la perfection	La perfection	Parfait
S'adapter à la perfection		
	Une innovation	Innovante
		(Peu) onéreux/euse
	La visualisation	(extrêmement) visuelle(le)
		Le jeu visuel
		Inspirant
Fonctionner		
	L'enchaînement fluide	Fluide
	La fluidité des mouvements	
	Des pictogrammes	
	Une rengaine	
	La dynamique	Dynamique
	La mémorisation	Mémorable
	Tous les ingrédients	

Verbes + adverbe	Noms	Adjectifs + adverbe
	Le plébiscite	Plébiscité par
Exceller dans un domaine	L'excellence (d'un produit)	
Un secteur	La modernité	
	L'image austère	
	Une image rajeunie	
(Res)sortir du lot		
		Instantanément
	Le spectateur / la spectatrice	
	Un bel effet de zoom	
		En un clin d'œil
	Un cliché	
	La confiance	
	Le design plat	Minimaliste
	Un concept	
Faire la part belle à		
Donner de l'importance à		
Mettre l'emphase sur		
	Une astuce	
		Talentueux/euse
		(Une création) à vocation pédagogique
	Le style simple en 2D	
		Résolument enfantin
Clarifier un concept		
	La clarification de/d'/des/du	
Rassurer		
Améliorer		
Contribuer à		

Verbes + adverbe	Noms	Adjectifs + adverbe
	Un message	
		(Un style) très original
	Le lancement de (d'un produit)	
	Le format	
	Les sous-titres	
Mettre en scène		
		(Un style) très original
	Le lancement de (d'un produit)	
	Des vidéos animées	
	La promotion	
	Le choix	(un choix) judicieux
	La créativité	(un choix créatif)
Conseiller pas-à-pas		
		Une belle idée à suivre
Correspondre parfaitement à		
	Les réseaux sociaux	
	La mise en évidence	
	Une adaptation	Adapté à merveille
		Un film entraînant
	La synthèse	
Opter pour		
	Le mixage	
Simplifier	La simplification	
		Le caractère ludique
		Dépeussié
	Le défi	
Miser sur l'animation 3D		
	Un expert	
	L'expertise	

Verbes + adverbe	Noms	Adjectifs + adverbe
		Dans l'air du temps
		La tendance du moment
		(Une tendance) incontournable
		Une vidéo très tendance
		(Un style) graphique
		(Une créativité) débordante
		Des conseils pointus
	Le soin	
		(Une composition) tridimensionnelle
	La vulgarisation	
	La naissance	
	La réalisation ¹	
		(Un partenariat) efficace
		Parfaitement maîtrisé
	Le raffinement	(les illustrations) raffinées
	Une bande-son au piano	
	Un contenu sur mesure	
	Des bruitages discrets	
Plonger l'utilisateur dans l'univers		
		(Un univers) sonore
	La combinaison de et ...	Combiné à
		À retenir !
Perfectionner		
	Une mise en lumière	
	Le jeu des couleurs	

¹ Ce terme est utilisé au sens de : production/produire et non au sens de « se rendre compte de »

http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?t1=1&id=5262

Verbes + adverbe	Noms	Adjectifs + adverbe
	L'auditoire	
	Avec brio	
		Osé
	Un dégradé de couleurs	Dégradé
	Le mariage de couleurs	
	L'agencement de	Être bien-mal agencé(e)
		(Une forme) épuré(e)
		Un élément décoratif, superflu
	Une ombre	
	L'imaginaire	
		Monochrome
	Des artifices (visuels)	
	La pertinence	
Renouveler		
	La mise en relief	
	La texture	
	La surcharge	
	Une prédominance	
	Un effet chic	
	Une prise de vue réelle	
	Un contraste de typographies	
	Un allègement	
	Une prédominance de	
	Une accroche	
	La publicité	
	Convaincre	
	Une campagne	

Suggestions

Verbes + adverbe	Noms	Adjectifs + adverbe
Allier à merveille	L'alliance entre et ...	
Raffoler de ... par-dessus tout	Aimer à la folie	Être fou de ...
S'adapter	Une adaptation	Adaptable
Expliquer (un concept)	Une explication	Explicatif (une vidéo) explicative
Rythmer	L'art du rythme	Rythmé
Mettre en mouvement	Le mouvement La mise en mouvement	
Aller à la perfection S'adapter à la perfection Perfectionner	La perfection	Parfait
Innover	Une innovation	Innovante
		Peu onéreux/euse
Visualiser	La visualisation	Extrêmement visuel(le)
		Le jeu visuel
Inspirer	Trouver de l'inspiration dans...	Inspirant
Fonctionner parfaitement / à la perfection	La fonction	Fonctionnel-le
S'enchaîner avec fluidité	L'enchaînement fluide La fluidité des mouvements	Fluide
	Des pictogrammes	
	Une rengaine	Une rengaine entraînante
Dynamiser la démonstration	La dynamique	Dynamique

	Le dynamisme	
Faciliter la mémorisation Mémoriser	La mémorisation	Mémorable
	Tous les ingrédients	
Plébisciter	Le plébiscite	Plébiscité par
Exceller dans un domaine	L'excellence (d'un produit)	Un excellent moyen
Moderniser un secteur	La modernité	Moderne
Rajeunir une image L'austérité	Une image austère	Une image rajeunie
(Res)sortir du lot Faire ressortir		
	Un instant	Instantanément
	Le spectateur / la spectatrice Le spectacle	
Produire un effet de ...	Un bel effet de zoom	
Ne pas surjouer sur les clichés de	Un cliché	À outrance
Faire confiance à	La confiance	
	Le design plat	Minimaliste
	Une approche	Minimaliste
	Un concept	
Faire la part belle à		
Donner de l'importance à		
Mettre l'emphase sur		
	Une astuce	un choix astucieux
	Le talent	Talentueux/euse
		(Une création) à vocation pédagogique

	Le style simple en 2D	
		Résolument enfantin
Clarifier un concept		Au maximum
Rendre clair	La clarification de/d'/des/du	
Rassurer		Rassurant
Améliorer	Son image de marque Une amélioration	
Contribuer à	La contribution	
	Un message	Clair, évident, simple, simplifié
	Le format	
	Les sous-titres	
		(message) clair, évident, simple, simplifié
Mettre en scène	La mise en scène	
		(Un style) très original
Se lancer dans	Le lancement de (d'un produit)	
	Des vidéos animées	
Promouvoir	La promotion	
Choisir	Le choix	(Un choix) judicieux
Créer	La créativité	(Un choix créatif)
Conseiller pas-à-pas	Un conseil	
		Une belle idée à suivre
Correspondre parfaitement à		Correspondant
Réseauter	Les réseaux sociaux	
Mettre en exergue/en évidence	La mise en évidence	
Adapter	Une adaptation	Adapté à merveille
Entraîner		Un film entraînant
Synthétiser efficacement	La synthèse	Synthétique
Opter pour	Une option	

Mixer des effets typographiques et des animations	Le mixage	
Simplifier	La simplification	Simple
Rendre ludique		Le caractère ludique
Dépoussiérer un vieux concept		Dépoussiéré
Défier	Le défi	
Miser sur l'animation 3D		
	Un expert	
	L'expertise	
		Dans l'air du temps
Suivre une tendance		La tendance du moment
		(Une tendance) incontournable
		Une vidéo très tendance
	Le graphisme	(Un style) graphique
Déborder de	Un débordement de	(Une créativité) débordante
	La pointe de (la technologie)	Des conseils pointus
Soigner (un dessin)	Le soin	Ultrasoigné
Composer		(Une composition) tridimensionnelle
Vulgariser	La vulgarisation	Vulgarisateur/trice
Donner naissance à	La naissance	
Réaliser	Réalisation	
	L'efficacité de/d'	(Un partenariat) efficace
Maîtriser	La maîtrise	Parfaitement maîtrisé
Raffiner	Le raffinement	(Les illustrations) raffinées
	Une bande-son au piano	
	Un contenu sur mesure	
	Des bruitages discrets	
Plonger l'utilisateur dans l'univers		
		(Un univers) sonore

Combiner	La combinaison de et ...	Combiné à
		À retenir !
Perfectionner	La perfection	
Mettre en lumière un sujet	La mise en lumière	
Jouer sur les émotions, avec les couleurs	Le jeu des couleurs	
	Un auditoire	
	Avec brio	
Oser		Osé
	Un dégradé de couleurs	Dégradé
Marier	Le mariage de	Couleurs secondaires, opposées, complémentaires
Agencer	Un agencement de	Être bien-mal agencé(e)
Épurer		(Une forme) épuré(e)
		Un élément décoratif, superflu
Ombler	Une ombre	Ombre
	L'ombrage	
Imaginer	L'imaginaire	Imaginatif,
		Imaginaire
		Monochrome
	Des artifices (visuels)	Artificiel
	La pertinence	Informations pertinentes
Mettre une image en relief	La mise en relief	Mis(e) en relief
Renouveler	La nouveauté	Novateur/trice
	La texture	
Surcharger	La surcharge	Surchargé
Prédominer	Une prédominance	Prédominant
	Un effet chic	
	Une prise de vue réelle	

Contraster des typographies	Un contraste de typographies	
Alléger (des tonalités)	Un allègement	Allégé
Prédominer	Une prédominance de	Prédominant
Accrocher	Une accroche	Accrocheur (un slogan)
		Publicitaire (un message)
Convaincre		Convaincant
	Une campagne	

Annexe 6 – outil d'évaluation

Habilités	Pas maîtrisée	Moyennement maîtrisée À améliorer	Bien maîtrisée
Réinvestir le vocabulaire en lien avec son domaine			
Présentation de ses projets, de logos			
Être capable de justifier ses choix			
Usage e marqueurs de relation			
Formulation de phrases complexes			
Maîtrise des verbes			
Maintien du contact avec l'interlocuteur			
Utiliser les pronoms « tu/vous »			
Prononcer clairement/de manière fluide/maintenir le contact avec l'interlocuteur/l'interlocutrice			

Commentaires :

Avec la contribution financière de :

**Office québécois
de la langue
française**

Québec 