GeeKship :

Membre :

Anas Hadrami .

Noureddine daghmoum.

Oumayma Hammadi.

Mohammed Malki.

Rapport d’activité : Scénario #1

DAY 2 :

1 - outils de maquettage et mockup

Petite sélection des logiciels de mockup gratuits ou avec version d'essai gratuit

1-Pencil.  
2-MockFlow.  
3-Justinid.  
4-Pidoco.  
5-PowerMockup.  
6-WireframeCC.  
7-Moqups.  
8-Wirefy.

Exemple :







2-brainstorming sur les sites web vitrine d'une agence de communication :



3- Le design d'un site web existant sur le net :

<https://afoulki.com/?gclid=CjwKCAiAo5qABhBdEiwAOtGmbu66Z3UiJ-zMjHiGcg-OjGEOH7WeQXQIbSbqOUnQIBbNaWMSX2z3KxoCwnoQAvD_BwE>

4 - Documentation sur la charte graphique d'un site web :

1-Qu'est-ce qu'une charte graphique ?

Une charte graphique est un cahier des **normes graphiques**. Elle contient les règles d'utilisation de tous les éléments qui constituent l'identité visuelle ou l'identité graphique d'une entreprise, d'une collectivité ou encore d'un projet. C'est un document important qui ne doit pas être négligé. La définition de votre charte ne passe pas uniquement par vos goûts. Vous devez aussi prendre en compte un certain nombre d’éléments comme l’activité et les **objectifs de votre entreprise** et surtout orienter votre charte graphique en fonction de vos personas.

**2-Les intérêts d'une charte graphique**

**Amorcer le virage de l'image**

Aujourd'hui, l'image joue un rôle important dans notre société, évidemment dans la **création artistique** (photographie, vidéo, peinture...) mais aussi dans la circulation des informations, dans l’éducation, ainsi que dans la transmission des savoirs.

L'image est de plus en plus présente dans l'économie moderne car la perception des marques passe par celle-ci, notamment dans le **secteur des nouvelles technologies**. **L’esthétisme** fait partie intégrante des sociétés actuelles, il ne faut donc pas négliger son pouvoir.

L'économie d'aujourd'hui est pleine de challenges. La perception que l'on se fait des marques joue un rôle important lors de la décision d'achat du consommateur, Janet Wise - Directrice de recherche pour le cabinet ABI Research

Il est donc important que votre entreprise place **l'image au centre de sa stratégie**.

**Uniformiser l'interprétation de l'image**

**Une image est polysémique**, c'est-à-dire, elle revêt plusieurs significations qui dépendent du contexte et de la subjectivité de l'individu. De ce fait, une **charte graphique efficace** et inscrite dans une stratégie de l'image doit réussir à réunir tout le monde autour d'un même sens. Il faut ainsi faire converger l'interprétation des personnes par rapport à l'image que votre entreprise renvoie. Pour cela, **l'harmonisation** est la clé de la réussite, ce que la charte graphique va mettre en place, par la définition des couleurs, des **typographies**, du **logo**, de ses **déclinaisons** ou encore de ses **champs d'application**. Cela va permettre aux récepteurs d’identifier facilement **une marque ou une entreprise** par le biais d’une certaine récurrence des différentes **réalisations graphiques** qu’elle va réaliser.

**Utiliser l'image pour inspirer confiance**

La charte graphique doit également se faire **apprécier** et **inspirer la confiance** de ceux qui constituent ses cibles : clients, fournisseurs, partenaires, personnel... Elle doit présenter les caractéristiques suivantes : être identifiable, compréhensible, reconnaissable, mémorisable, claire et pertinente ! **L'image** doit durer, doit résister aux variations de la vie de l’entreprise tout en étant à l'écoute des tendances. Le **logo**, pièce importante de la charte graphique est souvent l'objet visuel qui marque les personnes. Une attention toute particulière doit lui être apportée. Prenez garde aux **sites** qui proposent des logos gratuits souvent non personnalisés !

**Séduire et se différencier pour attirer ses clients**

Jusqu'ici, la stratégie a permis de placer l'image au coeur de notre réflexion, de prôner la cohérence et l'uniformité ainsi que de diffuser des valeurs de confiance. Les personnes sont donc réceptives et comprennent votre message à travers l'image véhiculée, il faut ensuite séduire les cibles en se différenciant des concurrents. Se différencier passera obligatoirement par une étude de la concurrence de laquelle découlera un choix stratégique important. Quelles sont les forces de mon entreprise ? Quels sont les éléments différenciateurs ? Comment les retranscrire visuellement ? Tout est compromis entre créativité, originalité, sobriété et innovation, en gardant toujours à l'esprit le souci d'harmonie !

3-Que contient une charte graphique ?

Vous êtes maintenant convaincu des bienfaits d'une charte graphique : bien ! Mais que contient-elle réellement ? Elle se compose de la définition des typographies, des couleurs utilisées et du logotype attribué.

**Typographies et couleurs**

La charte graphique décrit dans un premier temps l'**univers graphique de l'entreprise** au travers des couleurs et des typographies. Il faut notamment faire un choix entre les différentes **polices de caractères** disponibles : les droites, les curvilignes, les calligraphiques, les empattements (serif) ou encore les sans empattement (sans-serif). Ces choix sont faits en fonction des valeurs prônées par votre entreprise.

De même, le **choix des couleurs** n'est pas anodin, ces dernières possédant une symbolisation dans la perception des personnes. Il faut donc jongler entre les couleurs chaudes, froides, les dominantes, les complémentaires afin de trouver un équilibre : une harmonisation.

**Création du logotype**

La première étape permet de **travailler ensuite le logotype**, pièce majeure de la charte graphique. Le logo est la première image que va véhiculer votre entreprise. Il symbolise, représente, incarne et différencie votre société des concurrents. Il doit donc être en parfaite cohérence avec votre stratégie de marque afin de communiquer les valeurs et la vision de votre entreprise. Il est important aussi dans cette partie de spécifier les **déclinaisons du logo** (sur fond clair, sur fond foncé, monochrome), ses règles d'utilisation (espace de vie, positionnement dans une page...), ses interdictions...

**Les champs d'application du logo**

La dernière partie d'une charte graphique est élaborée en fonction des **besoins du client**. Cette dernière définit l'**utilisation du logo et son application sur des supports différents**. Les éléments souvent présentés sont les suivants : **carte de visite, carte commerciale, télécopie, e-mail personnalisé, bulletin d'information, proposition commerciale, présentation commerciale, documents administratifs, communiqué de presse, site internet, marquage sur voiture, devantures**...

Si on se centre plus sur son utilisation pour le **digital**, outre votre **site web**, votre **charte graphique** sera utilisée sur : les **infographies, les newsletters, les vidéos, les campagnes de publicités en ligne, les réseaux sociaux**, etc.