



GA: 2020-1-IT02-KA227-ADU-095006

M4 - ARTISANAT ONLINE

CRAFTING 50 & BEYOND
CATALYSEUR NUMÉRIQUE POUR LES ENTREPRENEURS DE
L'ARTISANAT DE PLUS DE 50 ANS



Co-funded by
the European Union

Dans ce module, nous parlerons de:

01

Identité
visuelle

02

Portfolio en
ligne

Renforcer sa
présence sur
Internet

03

Dissémination

04

CRÉATION DE CONTENU

Mission:

Fournir des outils pour améliorer la visibilité en ligne

Objectifs:

1. Comment définir une bonne identité visuelle ;
2. Comment créer un portfolio d'images et le publier;
3. Comment créer une forte présence en ligne.



01 – Identité visuelle

Que signifie "identité visuelle"?

"Créez votre propre style visuel... qu'il soit unique pour vous-même et pourtant identifiable pour les autres" (Orson Welles).

- ✓ Permet à votre public d'identifier facilement votre entreprise, d'attirer son attention et contribue à construire sa crédibilité.
- ✓ Il s'agit de tout élément visible, tel qu'un logo ou les couleurs de la marque, qui aide les clients à identifier une marque.
- ✓ C'est un moyen de s'adresser aux émotions de votre public par le biais d'images et d'éléments graphiques, qui sont perçus immédiatement, d'où leur importance pour votre entreprise.
- ✓ Elle crée la première impression de votre marque.



01 - Pourquoi une identité visuelle de marque est-elle importante?

Elle influence la perception et laisse une impression durable.

Caractéristiques:



Différenciation

La création d'une **identité visuelle reconnaissable et unique** permet au public de distinguer une marque et de la différencier des autres.



Appartenance

Si votre public cible trouve votre marque attrayante et facile à comprendre, il lui sera d'autant plus facile de **s'y identifier**.



Coherence

Pour une expérience fiable pour le client et, la fidélité à la marque. Les consommateurs qui reconnaissent votre produit, le recherchent plus facilement et le préfèrent à d'autres.



Fidélisation

Les clients sont fidèles aux marques qu'ils connaissent et auxquelles ils font confiance. La familiarité d'un produit ou d'un service resserrent les liens des consommateurs avec celui-ci.

01 - Qu'est-ce qui fait une bonne identité visuelle?

Adaptée

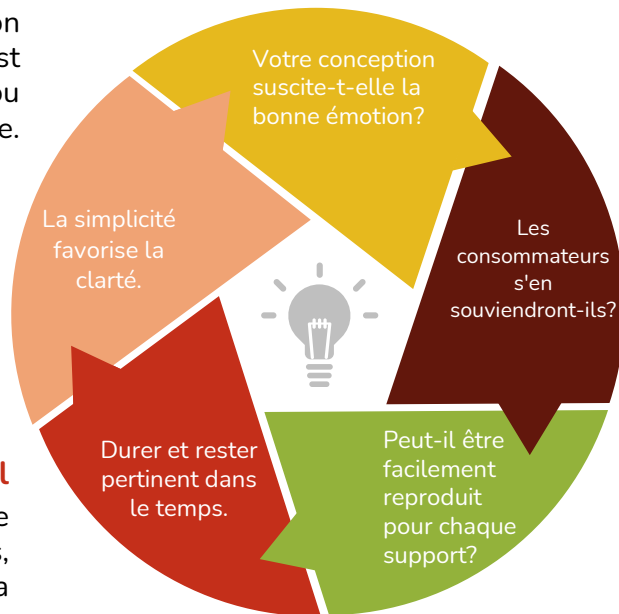
Assurez-vous que chaque conception visuelle associée à votre marque est appropriée pour une cible, un objectif ou une situation particulière.

Simple

Les bonnes conceptions sont simples et faciles à comprendre.

Intemporel

Si les identités visuelles doivent être quelque peu flexibles et adaptables, elles doivent évoluer avec la marque.



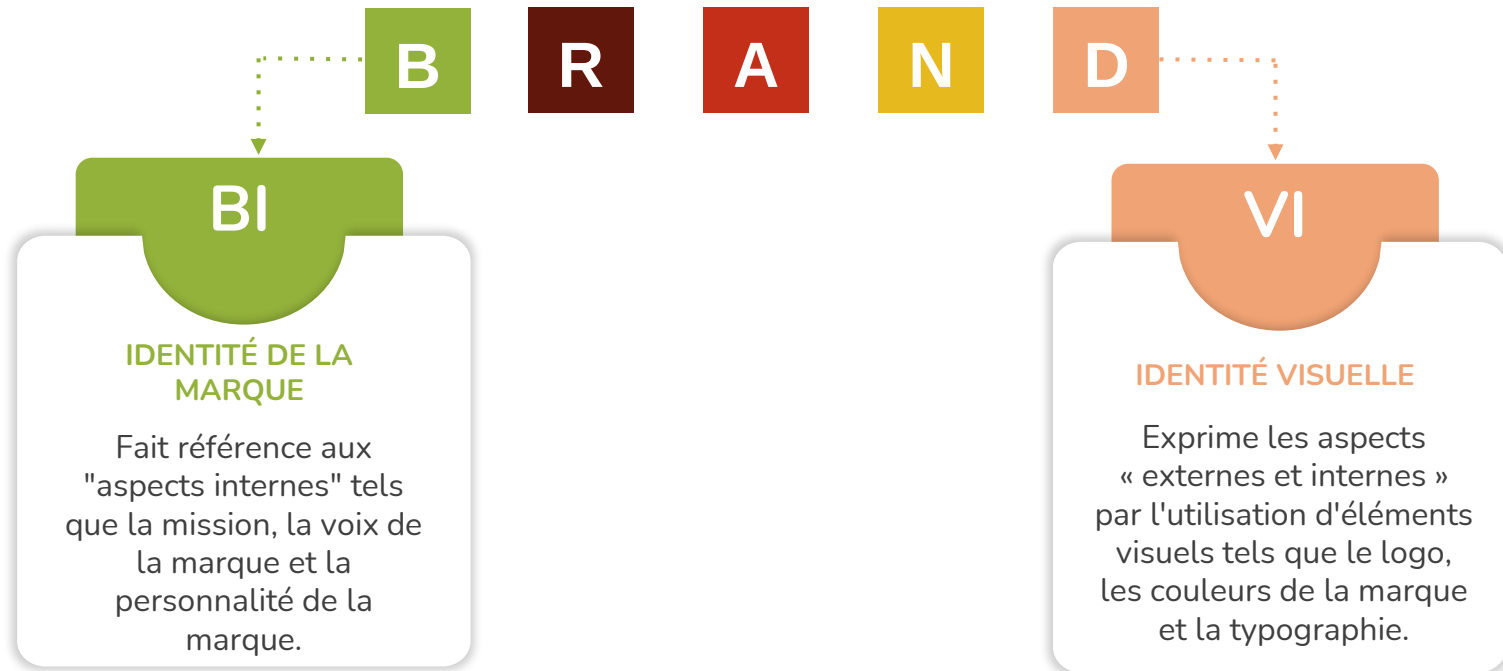
Distinctive

Veillez à ce que votre identité visuelle se différencie de celle de vos concurrents, tout en se démarquant dans l'esprit des consommateurs.

Fonctionnelle

Vos actifs visuels seront utilisés dans des espaces numériques, imprimés et intérieurs. Votre identité visuelle doit en tenir compte.

01 - Identité de marque et identité visuelle



01 - Comment construire votre identité visuelle?

L'identité visuelle doit amplifier le message de la marque pour donner envie d'en savoir plus et de la suivre. Au fil du temps, l'exposition continue des clients à votre marque favorisera les associations et créera des réponses émotionnelles, souvent déclenchées par des signaux visuels.



L'identité visuelle doit fonctionner à la fois pour l'image de marque hors ligne et en ligne.

QUELQUES CONSEILS POUR DÉFINIR VOTRE IDENTITÉ VISUELLE:



Jouez sur les émotions



Créez un logo facilement adaptable (N&B, ...)



Créez une charte graphique



Soyez facile à comprendre



Intégrez des vidéos

01 - Comment construire votre identité visuelle?

Pour construire une identité visuelle, vous devez définir et assembler différents éléments:

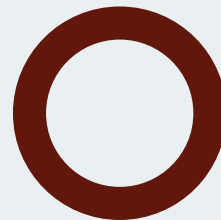
VI

IDENTITÉ VISUELLE

Exprimer les aspects externes et internes par l'utilisation d'éléments visuels tels que le logo, les couleurs de la marque et la typographie.



LE LOGO



LES COULEURS



LA TYPOGRAPHIE

01 - Comment construire votre identité visuelle?



- ✓ Le logo est l'élément principal de l'identité de votre marque et doit être utilisé sur **tous** vos **supports de communication**.
- ✓ Un logo réussi est un logo qui parvient à **évoquer** les **valeurs** et le **positionnement** de votre entreprise avec très peu d'éléments graphiques.
- ✓ Un bon logo est **simple**, **compréhensible** et **facilement mémorisable**. Il doit également être adaptable à différents supports et formats (version noir et blanc / version couleur, format, taille, ...).
- ✓ Votre logo doit transmettre **ce que vous faites** et avoir une imagerie qui reste dans l'esprit des personnes qui le voient.

01 - Comment construire votre identité visuelle?



ACTIVITÉ - ANALYSE DU LOGO

Activité: Chaque artisan partagera son propre logo



Comment évoquent-ils l'identité de la marque, la personnalité de l'artisan et le métier?

01 - Comment construire votre identité visuelle?

ACTIVITÉ - ANALYSE DU LOGO



1



2



ATELIER MURANÈSE
CONSERVATION RESTAURATION DE VITRAUX

3



4



5



6



7



8

01 - Comment construire votre identité visuelle?

ACTIVITÉ - ANALYSE DU LOGO

Restauration de dorures



Dorures décoratives

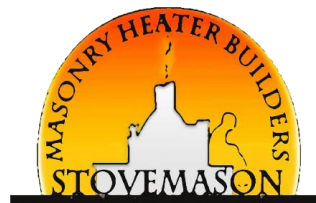
9



AMÉLIE D'HOOGHVORST

Chapelière modiste

10



11



12



13



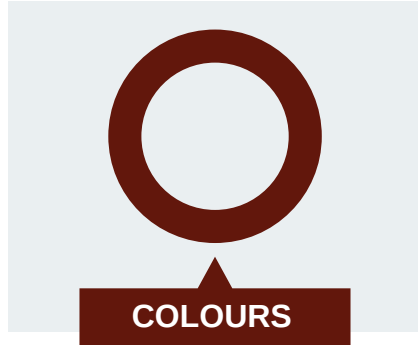
PAUL LEROUX

14



15

01 - Comment construire votre identité visuelle?



- ✓ Les recherches indiquent qu'entre 62 % et 90 % des **décisions des consommateurs** sont **basées** sur la **couleur**.
- ✓ Choisissez des couleurs qui sont **fonctionnelles** et **appropriées**. Comme les couleurs de votre marque seront utilisées dans divers contextes, la palette doit être polyvalente.
- ✓ Tout élément visuel est caractérisé par deux composantes: la **forme** et la **couleur**. Le choix des couleurs doit correspondre à ce que vous essayez de transmettre.



Le bleu évoque la sécurité et la confiance.

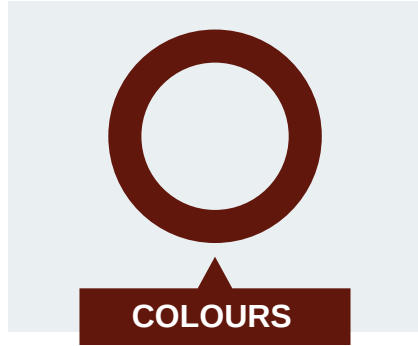


L'orange est la couleur la moins appréciée par 33 % des femmes.



Le noir est assertif, autoritaire, mystérieux et sophistiqué.

01 - Comment construire votre identité visuelle?



Le vert a un effet relaxant et apaisant.



Le rose a un effet physique et psychologique profond.



Le violet est souvent associé à la créativité et au luxe.



Le rouge est la couleur la plus chargée en émotions.



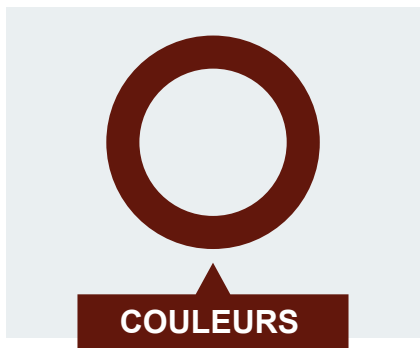
Le jaune, c'est une couleur qu'on aime ou qu'on déteste.



Le blanc est synonyme de clarté et il est utilisé pour accroître notre perception de l'espace.

- ✓ Selon ces symboles et ces significations, quelles couleurs correspondent le mieux à **votre activité** et à votre marque?
- ✓ Un conseil : pour le logo, **ne dépassez pas trois couleurs**. Au-delà, cela rendra votre logo difficile à lire, difficile à comprendre et donc difficile à retenir.

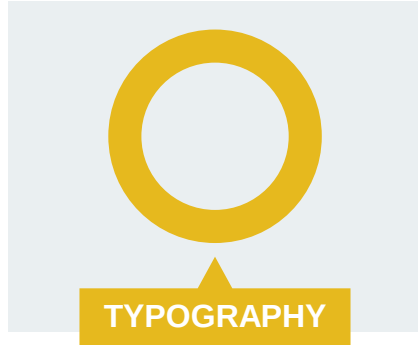
01 - Comment construire votre identité visuelle?



ACTIVITÉ - ANALYSE DES COULEURS

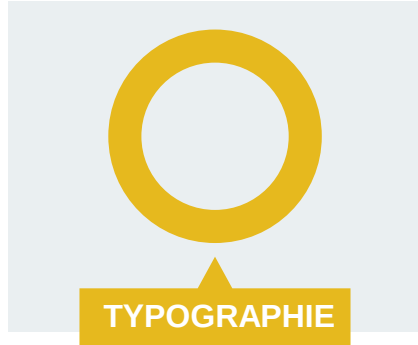


01 - Comment construire votre identité visuelle?



- ✓ Elle peut être utilisée pour le logo et fait partie de votre **identité visuelle**.
- ✓ La typographie est utilisée sur tous vos supports de **communication** textuels.
- ✓ Le choix de la **POLICE** dépend de l'image que vous voulez transmettre.
- ✓ Vous pouvez choisir plusieurs polices pour votre marque (c'est-à-dire pour vos en-têtes, sous-titres, paragraphes...) mais assurez-vous qu'elles jouent bien ensemble.
- ✓ Restez **simple**.
- ✓ Doit être : lisible, durable, polyvalent, fonctionnel, communicatif;

01 - Comment construire votre identité visuelle?



Il existe différentes familles de polices de caractères :

SERIF POLICES

Garamont
Garamont
GARAMONT

ABC
serif

Classic,
elegant,
tradition

Times New Roman
Times New Roman
TIMES NEW R.

ABC

history
formal

SANS SERIF POLICES

Arial
Arial
Arial

ABC
sans serif

Modern,
friendly,
simple,
clear,
legible,
commerce

HELVETICA
Helvetica
HELVETIC

ABC

SCRIPT POLICES

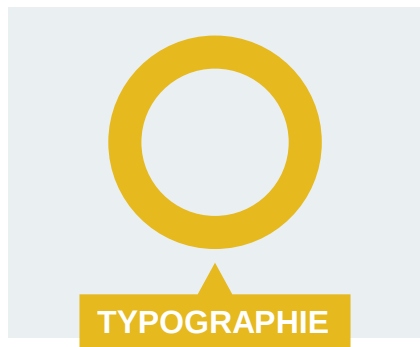
Script
Script
SCRIPT

Script
Script
SCRIPT

Handwriting,
personal,
friendly,
less readable,
not for web

©

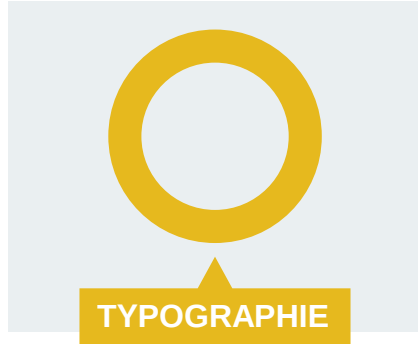
01 - Comment construire votre identité visuelle?



Pour vous aider à identifier une typographie cohérente avec l'identité de votre marque, rappelons quelques codes:

- ✓ Une police de caractères inclinée (en *italique*) évoque le mouvement, la flexibilité, le dynamisme.
- ✓ Une **police** épaisse évoque la puissance, la force.
- ✓ Une police fine évoque l'élégance.
- ✓ L'utilisation des MAJUSCULES évoque le sérieux, la distance, le prestige.
- ✓ L'utilisation des minuscules, au contraire, évoque l'affectif, la jeunesse.

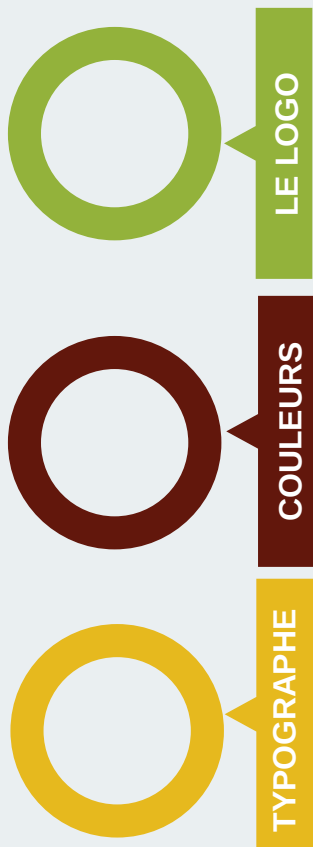
01 - Comment construire votre identité visuelle?



ACTIVITÉ - ANALYSE DE LA TYPOGRAPHIE



01 - Comment construire votre identité visuelle?



Lorsque vous développez les composants de votre identité visuelle, testez l'identité en cours d'élaboration à l'aune de ces questions:

- ? Est-ce que je dépeins un environnement **digne de confiance**?
- ? Est-ce que j'apporte une **valeur immédiate** à mon client?
- ? Que puis-je faire pour qu'il ait envie d'en savoir plus sur ma **marque** et de la **découvrir**?
- ? Comment puis-je communiquer mon **message** avec le moins de mots possible?
- ? Quels mots puis-je traduire en **images**?
- ? Jusqu'à quel point puis-je être **minimaliste** tout en transmettant le message que je veux faire passer?

01 - Comment construire votre identité visuelle?

DES LOGICIELS POUR CRÉER VOTRE LOGO ET VOTRE IDENTITÉ VISUELLE



CANVA



ADOBE ILLUSTRATOR



PHOTOSHOP



AVAILABLE CorelDraw

Plus de logiciels [ici](#)

GRAPHIQUES, ILLUSTRATIONS ET ICÔNES

- ✓ Les éléments visuels sont des **extensions stylistiques** de votre marque. Qu'il s'agisse de lignes et de formes simples ou d'icônes particulières, ces formes peuvent remplir des fonctions spécifiques.
- ✓ Les **illustrations dessinées à la main** peuvent également apporter un sens de la personnalité et de l'individualité, ajoutant une touche plus relatable lorsqu'elles sont utilisées dans le bon contexte.
- ✓ Quelle que soit la manière dont vous intégrez les graphiques et les illustrations, ces détails contribuent à **l'identité visuelle** globale de votre **marque** et favorisent la continuité sur toutes les plateformes.

02 - COMMENT CRÉER VOTRE PORTFOLIO EN LIGNE?

L'identité visuelle, ainsi que l'imagerie et la mise en page sont les éléments essentiels.

VI

IDENTITÉ VISUELLE

Exprimer les aspects externes et internes par l'utilisation d'éléments visuels tels que le logo, les couleurs de la marque et la typographie.

I

IMAGERIE

Lorsque vous choisissez des images, prêtez attention au style, à la composition et aux sujets présentés dans les photos ou les vidéos, afin de garantir la cohérence visuelle de votre contenu.

L

MISE EN PAGE

Exprimer les aspects externes et internes par l'utilisation d'éléments visuels tels que le logo, les couleurs de la marque et la typographie.

Un portfolio en ligne est l'occasion de communiquer l'histoire de votre marque à travers des images et des vidéos, renforçant ainsi votre identité visuelle.

02 - COMMENT CRÉER VOTRE PORTFOLIO EN LIGNE?



Montrez quelques **travaux finis** comme exemple de ce que vous pouvez faire avec vos **compétences** et votre **savoir-faire**.

IMAGERIE

Élément le plus lié au public cible.
C'est la représentation visuelle du message principal de votre marque.

CONSEILS:

- Des vidéos de mains au travail, d'outils, de matériaux avant transformation ainsi que des visites guidées de l'atelier sont autant de visuels qui contribueront à **mettre en valeur le caractère unique** de votre travail, avant même de montrer le produit final lui-même.
- L'artisanat étant une **profession centrée sur l'humain**, l'imagerie doit inclure des portraits et des témoignages personnels de vous, en tant que professionnel.
- Mettez en avant la **durabilité**, l'utilisation de matériaux naturels, l'économie circulaire, le recyclage.

02 - COMMENT CRÉER VOTRE PORTFOLIO EN LIGNE?

IMAGERIE

Élément le plus lié au public cible.
C'est la représentation visuelle du message principal de votre marque.



P.Damiens : Travail en cours



M.Betanzos: Bijoux avec des éléments naturels



D.Marchal : Outils de gravure pour la reliure

02 - COMMENT CRÉER VOTRE PORTFOLIO EN LIGNE?

L

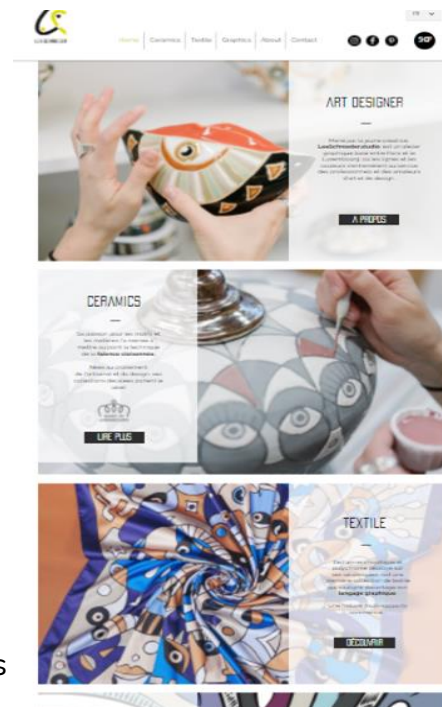
MISE EN PAGE

Manière d'organiser les éléments graphiques sur un support de communication.

Lors de la création d'un site web, vous devez choisir un thème particulier et créer des PAGES CSS (feuilles de style en cascade, l'accent étant mis sur le "style") pour structurer un document web avec des éléments visuels **communs** et **harmonieux**.

CONSEILS:

Assurez-vous que la mise en page est **réactive** (les pages Web s'afficheront bien sur **tous les appareils** et seront automatiquement ajustées pour les différentes tailles d'écran et les fenêtres d'affichage). Restez simple, équilibré et cohérent avec l'identité de votre marque.



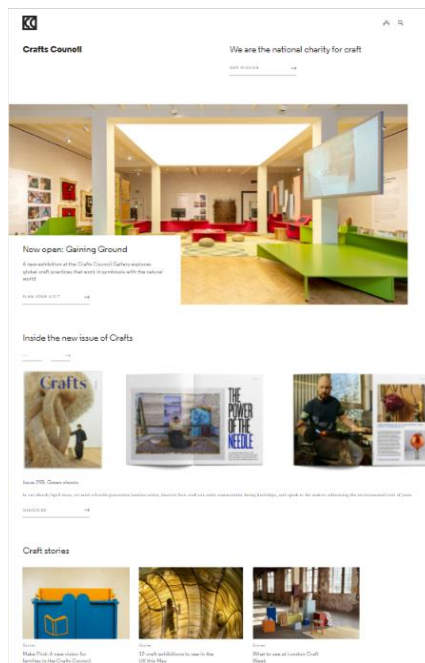
COHÉRENT AVEC VOTRE MARQUE

02 - COMMENT CRÉER VOTRE PORTFOLIO EN LIGNE?

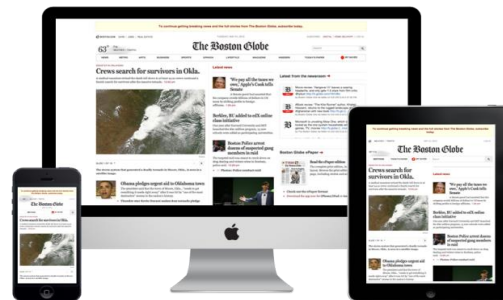
L

MISE EN PAGE

Manière d'organiser les éléments graphiques sur un support de communication.



ÉQUILIBRÉ



RÉACTIVE

SIMPLE

03 - COMMENT CRÉER UNE BONNE PRÉSENCE EN LIGNE

Soyez constant



Soyez constant

Quel que soit le canal que vous utilisez pour votre communication et pour établir votre visibilité en ligne, assurez-vous que tous les éléments visuels et le texte sont cohérents et contribueront à rendre votre marque reconnaissable.



Assurez-vous qu'il y a une cohérence dans les couleurs, les cadres, les mises en page, la typographie et qu'après plusieurs fois que quelqu'un voit vos visuels, il s'en souviendra.

03 - COMMENT CRÉER UNE BONNE PRÉSENCE EN LIGNE

Soyez constant

Faites la différence

Il est important de montrer vos produits. Compte tenu de l'énorme offre de produits en ligne, vous ne pouvez attirer l'attention qu'avec de très bonnes images. Faites-les simples mais soignez l'arrière-plan, la lumière et le contraste. Valorisez les matériaux avec lesquels ils sont fabriqués et montrez éventuellement plusieurs vues.



Faites la différence

Les professionnels de l'artisanat doivent se distinguer de la production de masse. Il est donc très important d'attirer l'attention des gens en leur faisant découvrir l'environnement propre à chaque profession et de le valoriser.



03 - COMMENT CRÉER UNE BONNE PRÉSENCE EN LIGNE

Soyez constant
Faites la différence
Vous



Vous

Parce que les métiers de l'artisanat sont des professions centrées sur l'humain, il est recommandé de se mettre en scène, mieux si au travail. Utilisez des images et de courtes vidéos pour créer un contact plus personnel avec votre public.



Photos :
C.Cazzaniga
A.Cahu
A.d'Hooghvorst
Nuna
Gamberini
C.Cabiddu
D.Formigoni

04 - Dissémination: Comment programmer votre présence sur les réseaux sociaux.

Problème commun : consacrer du temps à la publication de messages au jour le jour.



Cependant, il est recommandé de continuer à **poster régulièrement** sur chaque réseau social, afin que votre public soit au courant de ce que vous faites et reste connecté avec vous.

Utilisez des outils comme Hootsuite qui est un **programmateur de médias sociaux**, gérant plusieurs réseaux et profils et mesurant vos campagnes. Il vous permettra de **programmer votre activité sur les réseaux sociaux** pour les 10 prochains jours, vous permettant ainsi de traiter en une seule fois votre présence en ligne.

The image shows two screenshots of the Hootsuite Publisher interface. The top screenshot displays the 'Planner' view, which is a calendar for May 1-7, 2022. It shows a grid of time slots (7 AM to 12 PM) for different days. A red arrow points to a slot on Sunday, May 1st, at 9 AM, which is highlighted with a red box. Other slots are also highlighted with red boxes. The bottom screenshot shows the 'New post' creation screen. It includes a 'Publish to' section with social media accounts like 'Mad'in Europe' and 'madineurope'. Below this, there's a section for 'Initial content' with a text area containing the message: 'Bettina Kocak - my passion : dealing with ceramics from prehistory and early history before the introduction of the potter's wheel in Central Europe'. To the right of the text area is a preview of the post, showing a photo of a woman working on a colorful ceramic pot. At the bottom, there are buttons for 'Publish directly', 'Schedule for later', and 'Post now'.

Références

Contenu du module 3 du programme de formation pour le projet Crafts 50+

Identité visuelle et typographie: <https://www.lafabriquedunet.fr/creation-site-vitrine/articles/identite-visuelle-entreprise-exemples/>

Typographie : https://www.adobe.com/be_fr/creativecloud/design/discover/serif-vs-sans-serif.

Comment combiner différents types de polices: <https://creativecloud.adobe.com/fr/discover/article/eight-tips-for-combining-typefaces>

Symbolisme des couleurs: <https://www.sensationalcolor.com/color-meaning-psychology-symbolism/>

Imagerie: <https://en.99designs.be/blog/tips/brand-imagery/> - <https://elementor.com/blog/brand-imagery/>

A. Crawford, "What's In A Brand? How To Define Your Visual Identity", 2017

K. Goldstein, "Visual Identity: What It Is and Why It Matters for Your Brand", 2021

Images

Freepik Company. (2021). Graphic resources for everyone - Find Free Vectors, Stock Photos and PSD.

https://www.freepik.com/?utm_source=freepikcompany&utm_medium=referral-content&utm_campaign=about-freepik&utm_term=visit-the-website



Partners / Partenaires



DISCLAIMER

Financé par l'Union européenne. Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.

