

« L'aération du  
texte favorise sa  
compréhension »

## Présentation visuelle d'une diapositive

### Densité textuelle d'un écran

- Aérer le texte afin d'organiser l'espace de communication (ne craignez pas les « blancs »).

10 lignes en moyenne par diapositive (titre compris)  
de 5 à 12 mots par phrase

- Equilibrer dans l'espace la place des « objets » créés : titres, graphiques ou illustrations, corps de texte.
- Eviter les retours à la ligne, les mots composés devront être écrits sur une même ligne.

### Titres

- Prévoir un titre et/ou un sous-titre par écran.
- Créer des titres porteurs de sens : chaque terme doit être précis pour garantir une compréhension immédiate (le spectateur ne dispose que de quelques secondes pour l'assimiler).
- Dans l'idéal, la lecture des titres de l'ensemble du diaporama devrait suffire à transmettre l'essence du message.
- Les titres ne comportent aucune ponctuation finale, sauf : ! ? ou . . .
- Les minuscules sont plus lisibles dans les titres.

« Le titre oriente  
l'intérêt du  
public »

« Privilégiez la lisibilité »

« Un visuel doit être structuré dans l'espace de la diapositive, soigné, sobre »

## Typographie

Les polices Arial ou Verdana, lisibles en toutes circonstances, sont utilisées par les professionnels.

Quelques règles pour une lisibilité optimale en projection :

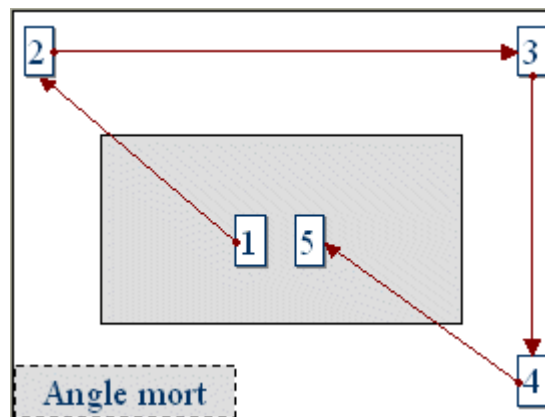
- 35 caractères par ligne
- Taille des caractères :
  - o titres : 36 à 44
  - o en-têtes : 32
  - o corps du texte : 28

Eviter les majuscules et les soulignements.

## Visuel

- Garder une unité visuelle et de ton : éviter les mélanges ou les successions hétérogènes de photos, histogrammes, dessins, illustrations, ou pavés de texte de niveaux de langue différents.
- Les angles de chaque diapositive peuvent accueillir les références constantes du diaporama : date, numéro de page, logos...
- Le copyright peut être placé dans « l'angle mort ».

### Parcours-type du regard



## Couleurs

- Trois couleurs différentes maximum par diapositive.
- Dans un camembert, la couleur la plus claire est réservée à la plus petite section du graphe.
- Choisir de multiples formes de présentation pour introduire des nuances.

« Un message doit être structuré pour captiver l'auditoire et favoriser la compréhension du message (schéma mental). »

## Efficacité du message

### Structuration

- Une page de sommaire est conseillée.
- Privilégier une idée nouvelle par diapositive
- Marquer la hiérarchie entre titres et sous-titres par une différence de taille de police.
- Privilégier la présentation en tableaux, graphiques ou schémas, ce qui peut réduire le nombre total de diapositives tout en conservant un niveau de lisibilité satisfaisant.

#### AVANT :

CCMP - Université d'été du 9 JPT / 2006  
« Le Cas : l'île de Marvettia Publicité Télévisée »

L' étude de cas : un support pédagogique d'un type particulier

#### Les composantes d'un cas

- un contexte **d'entreprise**
- une **situation réelle**
- une **intrigue** sous-tendue par une ou plusieurs **problématique(s)**, explicite(s) ou implicite(s)
- une **mise en scène** didactique

#### Les « tâches d'apprentissage » proposées

- **analyser** la situation réelle
- **identifier** la problématique
- porter un **diagnostic**
- **commenter** la solution contenue dans l'étude de cas ou **imaginer** une autre solution et la présenter de façon **argumentée**

CCMP - St. Avenue de la République, 75433 PARIS 12<sup>e</sup> - un service de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris

CCMP - Université d'été du 9 JPT / 2006  
« Le Cas : l'île de Marvettia Publicité Télévisée »

L' étude de cas : un support pédagogique d'un type particulier

#### Deux types de finalité pédagogique

- appropriation de **concepts complexes** par leur manipulation pratique dans un contexte concret
- acquisition de **comportements pertinents** dans un contexte **managérial**

CCMP - St. Avenue de la République, 75433 PARIS 12<sup>e</sup> - un service de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris



**Astuce :**  
Avant de commencer la réalisation du diaporama, réaliser le découpage en séquences sur papier sur le modèle des « storyboards » de cinéma.

### APRES :


CCMP Université d'été du SNIPTV 2006  
« Le Cas : l'île de Marvel et la Publicité Télévisée »

L' étude de cas : un support pédagogique d'un type particulier

Les composantes d'un cas	Les « tâches d'apprentissage » proposées
<ul style="list-style-type: none"> <li>un contexte <b>d'entreprise</b></li> <li>une <b>situation réelle</b></li> <li>une <b>intrigue</b> sous-tendue par une ou plusieurs <b>problématique(s)</b>, explicite(s) ou implicite(s)</li> <li>une <b>mise en scène</b> didactique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>analyser</b> la situation réelle</li> <li><b>identifier</b> la problématique</li> <li>porter un <b>diagnostic</b></li> <li><b>commenter</b> la solution contenue dans l'étude de cas ou <b>imaginer</b> une autre solution et la présenter de façon <b>argumentée</b></li> </ul>

**Deux types de finalité pédagogique**

- appropriation de **concepts complexes** par leur manipulation pratique dans un contexte concret
- acquisition de **comportements pertinents** dans un contexte **managérial**

CCMP - 51, Avenue de la République, 75013 PARIS  Chambre de commerce et d'industrie de Paris

**Pour chaque diapositive, la courbe d'attention d'un adulte peut se décomposer en 3 phases utiles :**

Phase 1 : entre 0 et 10 secondes : montée en puissance progressive de l'attention

Phase 2 : entre 10 et 20 secondes : temps de concentration, maximum d'attention

Phase 3 : entre 20 et 30 secondes : décroissance progressive de l'attention au delà de 30 : l'indifférence s'installe

« Créer une unité grammaticale et lexicale du message par diapositive »

## Grammaire et vocabulaire

- Priorité à l'infinitif et au nom en début de phrase
- Choisir des mots précis, univoques, positifs et concrets
- Eviter les mots de langage parlé
- Eviter les abréviations et les sigles (ou en donner le sens lors d'une première utilisation)

## Animations

- Jouer modérément avec les mouvements, le rythme, le son, la couleur, pour accentuer les idées sous-jacentes
- L'apparition par mot entier est plus efficace que l'apparition lettre par lettre.
- Sobriété :
  - limiter l'animation d'une même diapositive à deux effets différents
  - éviter les éléments sonores susceptibles de devenir des bruits cognitifs par leur répétition

### Les « trucs » du professionnel

#### Maximum 7 :

- 7 points par diapositive,
  - 7 lignes / barres par graphes
  - 7 secteurs par camemberts
  - 7 colonnes par tableau
- et
- un nombre impair de points par diapositive (3 5 7)
  - de 5 à 9 mots par point
  - de 40 à 50 mots par page/écran maximum

#### Lisibilité = sobriété = intelligibilité

- 2 polices maximum,
- 3 couleurs maximum,
- 10 lignes en moyenne

**Une diapositive = une idée = un visuel = une identité**