

Séquence 6	Projet « Challenge Robotique » - Recherche de solutions
CT 3.3	Présenter à l'oral et à l'aide de supports numériques multimédia des solutions techniques au moment des revues de projet.

Activité 1 : Comment rechercher des solutions ?

Objectifs de l'activité :

- Répondre au cahier des charges du « Challenge Robotique »
- Mettre en place une démarche de projet

1) La problématique

Vous allez travailler en équipe sur tout le projet, vous allez devoir définir pour votre équipe une identité visuelle (comme dans l'industrie) qui sera utilisée dans toutes vos réalisations (robot, logo et PAO).

Voici les principales étapes pour définir une identité visuelle:

1. Choix d'un thème pour l'équipe
2. Choix d'un nom pour l'équipe en rapport avec le thème
3. Définition d'une charte graphique en rapport avec le thème choisi (Couleurs, polices de caractères)
4. Recherche d'un logo
5. Déclinaison du logo sur différents supports

2) L'identité visuelle

L'identité visuelle est la représentation graphique de l'identité d'une entité telle qu'un individu, un objet, un environnement, etc. Elle exprime grâce à un style graphique propre à l'entreprise, les valeurs, l'activité et les ambitions de celle-ci et se traduit par des signes, des couleurs, des formes, des textes ainsi que des mises en forme. L'identité visuelle dans le domaine du commerce, notamment, permet de reconnaître qu'il s'agit de telle entreprise plutôt qu'une autre.

Pour établir une identité visuelle, afin de mettre en place la communication visuelle d'une entreprise, des représentations graphiques sont créées : logo, forme, typographie, couleur(s), mot(s), slogan, etc..

Le logo doit être simple, universel, clair et compréhensible tant par l'entreprise que par le consommateur. Il est généralement assez épuré et il est conçu pour être appliqué sur différents supports : surfaces planes et en volume.

Pour avoir un impact, l'identité visuelle doit rassembler un certain nombre de qualités. On pourrait les résumer en trois points :

- Simplicité et clarté : l'identité visuelle doit être identifiable (et mémorisable) en une seconde.
- Représentativité : elle se rapporte de manière explicite à votre domaine d'activité.
- Cohérence : l'identité visuelle sera la même sur tous les supports de diffusion utilisés.
- Différence : elle est unique et doit permettre de distinguer votre entreprise des autres acteurs du marché.

Les éléments de l'identité visuelle

Plusieurs éléments, dont certains se chevauchent, constituent l'identité visuelle : le nom de marque, le slogan, le logo (confondu aujourd'hui avec la griffe et l'emblème), la couleur, la police et la taille des caractères.

Votre identité visuelle peut être déclinée en autant de supports imaginables : flyer, dossier de presse, carte de visite, site web, logo, panneau publicitaire, emballages (audit visuel), véhicules utilitaires. Pour choisir le support le plus pertinent, vous devez prendre en compte les deux éléments précédents : le public cible et la nature de votre projet de communication.



Sources Wikipedia.org & www.commentcamarche.net