

**ASTON
BY SQLI**

Département des Yvelines

Expliquer en images et en dessins

Gérald VIGOUROUX © SQLI 2022



TABLE DES MATIÈRES

Table des matières	1
1. La puissance cognitive du visuel	5
1.1. Pourquoi ?.....	5
1.1.1. Rationnel et émotionnel : trouver le juste équilibre	5
1.1.2. Comment rassurer, comment séduire ?.....	6
1.1.3. L'importance du visuel en communication	7
1.1.4. Les trois fonctions principales du visuel.....	9
1.2. Comment ?	10
1.2.1. D'abord donner du sens	10
1.2.2. Marquer le public.....	11
1.2.3. Comment utiliser la puissance de l'image ?.....	12
1.2.4. La puissance analogique de l'iconographie	13
2. L'image au service de vos messages	15
2.1. Trouver des ressources libres de droits.....	15
2.1.1. 1. Qu'est-ce qu'une image libre de droits ?	15
2.1.2. Qu'est-ce qu'une banque d'images ?	15
2.1.3. Comment faire une recherche sur une banque d'images ?.....	15
2.1.4. Comment savoir si une image est soumise à des droits d'auteur ?	16
2.1.5. Banques d'images gratuites et libres de droits	16
2.1.6. Les critères de sélection.....	17
2.1.7. Connaître le langage des images pour illustrer un message avec pertinence .	18
2.1.8. Mettre en scène ses images.....	19





3. Gestion technique des images	23
3.1. Insertion d'une image	23
3.1.1. Insérer un fichier image	23
3.1.2. Utiliser le concepteur PowerPoint.....	23
3.1.3. Rechercher et insérer une image en ligne	24
3.1.4. Insérer et modifier un modèle 3D	25
3.1.5. Insérer une capture d'écran.....	27
3.2. Modification d'une image.....	28
3.2.1. Modifier le contour d'une image	28
3.2.2. Appliquer un style rapide à une image	28
3.2.3. Appliquer un effet spécial à une image.....	28
3.2.4. Modifier la forme d'une image	28
3.2.5. Ajuster l'image à la forme ou la remplir.....	29
3.2.6. Estomper les bordures d'une image	30
3.3. Retoucher une image	30
3.3.1. Rendre transparente une des couleurs de l'image	30
3.3.2. Modifier la luminosité, le contraste, la netteté d'une image.....	30
3.3.3. Modifier les couleurs d'une image	31
3.3.4. Modifier la saturation et la nuance des couleurs.....	32
3.3.5. Rogner une image.....	32
3.3.6. Ajuster aux dimensions couramment utilisées	33
3.3.7. Détourer une image.....	33
3.3.8. Retrouver l'image d'origine.....	33
3.3.9. Compresser des images	34
3.3.10. Convertir un ou plusieurs objets en image.....	34





4. Le Multimédia.....	36
4.1. Les vidéos.....	36
4.1.1. Insérer un fichier vidéo.....	36
4.1.2. Insérer une vidéo en ligne.....	37
4.1.3. Créer une vidéo en enregistrant des manipulations à l'écran.....	38
4.1.4. Lire une vidéo.....	39
4.1.5. Modifier la taille du cadre d'une vidéo.....	39
4.1.6. Modifier l'image d'une vidéo.....	39
4.1.7. Modifier les caractéristiques de lecture d'un objet vidéo.....	40
4.2. Les options multimédia.....	41
4.2.1. Afficher/masquer les contrôles de lecture d'un clip audio ou vidéo.....	41
4.2.2. Découper un clip audio ou vidéo.....	41
4.2.3. Ajouter/supprimer des signets.....	42
4.2.4. Compresser un clip audio ou vidéo.....	42



LA PUISSANCE COGNITIVE DU VISUEL





1. LA PUISSANCE COGNITIVE DU VISUEL

1.1. Pourquoi ?

1.1.1. Rationnel et émotionnel : trouver le juste équilibre

Le succès d'une présentation dépend AUTANT du fond c'est-à-dire votre message, que de la forme, à savoir la manière dont vous présentez votre message. Une fois énoncée, cette idée peut paraître évidente et pourtant combien de présentations échouent avec de bonnes idées mal présentées ? Si vous trouvez qu'actuellement votre présentation n'est pas assez convaincante, c'est peut-être car vous n'utilisez pas la bonne formule pour présenter vos idées.

Une présentation sert à quoi finalement ? Informer ? Convaincre ? Les deux ! En effet, une présentation doit plus généralement influencer un public !

Si nous devons aller à l'essentiel, convaincre peut se résumer autour de la formule suivante : Influencer = séduire + rassurer. Ces deux hémisphères communiquent entre eux en permanence et nous sont tous deux indispensables.

Pourtant, de même que nous utilisons une main plus facilement que l'autre, nous nous servons plus spontanément de l'un ou l'autre de ces hémisphères. Pour la grande majorité d'entre nous, c'est le gauche. Quoi de plus normal ? N'est-il pas le siège de notre spécificité humaine, le langage ? Cette partie du cerveau est celle de la logique, du raisonnement, de l'intelligence.

Avec notre cerveau gauche, nous raisonnons de manière séquentielle, analytique, point par point. Le droit, lui, voit les choses globalement : il traite l'information de façon holistique. C'est toute la différence entre inspecter le terrain et sentir l'ambiance... Et ce n'est pas pour rien que nous commençons souvent par l'ambiance.



Une des clés pour rendre une présentation plus impactante consiste à prendre conscience de ces 2 besoins et à trouver le bon dosage pour sa propre présentation. En y regardant de plus près, on s'aperçoit que ces deux notions – a priori opposées – font appel aux deux hémisphères de notre cerveau.

C'est en effet l'hémisphère droit qui gère – avec son approche globale – la nouveauté et tous les apprentissages. Toutes les informations nouvelles passent donc par l'hémisphère droit, le gauche servant au stockage et à l'organisation plus précise et systématique de nos savoirs...

Une bonne présentation est donc le fruit d'un bon dosage, d'un équilibre entre le rationnel et l'émotionnel. Ignorer l'un ou l'autre ne peut de ce fait qu'être pénalisant.



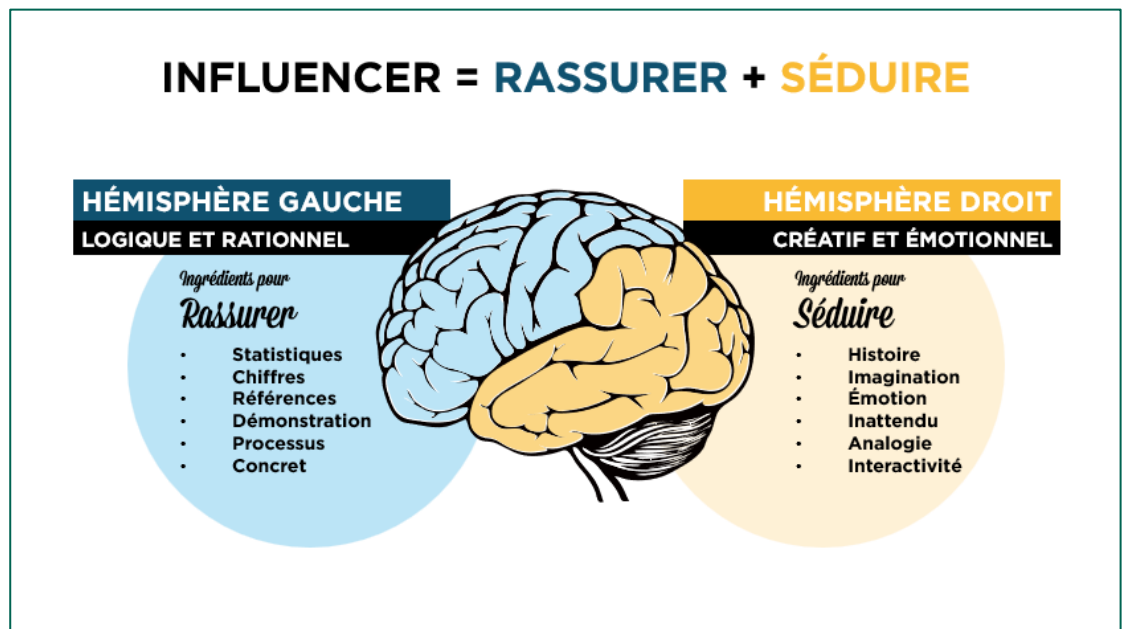


1.1.2. Comment rassurer, comment séduire ?

Comment rassurer grâce à l'hémisphère gauche du cerveau ?

Rassurer votre auditoire va consister à lui apporter des éléments dont raffole l'hémisphère gauche du cerveau, logique et rationnel. Voici le type d'arguments que vous pouvez utiliser pour renforcer la dimension « Rassurer » de votre présentation :

- Statistiques / chiffres
- Références
- Démonstration
- Processus
- Garantie
- Arguments de sécurité
- Concret



Comment convaincre grâce à l'hémisphère droit du cerveau

Séduire votre auditoire va consister à réveiller l'hémisphère droit du cerveau, émotionnel et créatif. C'est encore à l'heure actuelle un aspect sous-exploité des présentations professionnelles. Pourtant, ce qui nous pousse à agir relève davantage de l'émotionnel que du rationnel. Voici une liste d'éléments dans laquelle vous pouvez puiser séduire votre auditoire :

- Raconter une histoire
- Faire appel à l'imagination
- Utiliser les émotions
- Injecter de l'inattendu
- Utiliser une analogie
- Faire preuve d'interactivité avec l'auditoire

Une présentation efficace (c'est-à-dire qui sait influencer) va jouer autour de ces deux pôles Séduire et Rassurer.





1.1.3. L'importance du visuel en communication

L'utilisation d'une communication visuelle a un impact beaucoup plus fort pour faire connaître un point de vue que les mots. Voici trois raisons importantes qui expliquent que la communication visuelle est cruciale pour délivrer efficacement un message.

La communication visuelle fait gagner du temps en délivrant les messages plus rapidement

Vous pouvez saisir le sens d'un visuel en moins d'un dixième de seconde – encore moins que le temps qu'il vous a fallu pour lire cette phrase !



Des statistiques ont montré que les visuels sont traités 60.000 fois plus vite dans le cerveau que le texte. Faire passer rapidement votre point de vue est un gros avantage pour des raisons évidentes.

Les images et les vidéos produisent une expérience beaucoup plus riche que le texte seul. Dans un environnement média extrêmement encombré, il est difficile d'attirer l'attention du public, et encore plus de le maintenir. En conséquence, le public préfère scanner le contenu plutôt que lire mot à mot. Mettre des visuels dans vos présentations est donc un moyen infaillible de communiquer vos messages plus rapidement.

65% DE LA POPULATION A UNE
MÉMOIRE VISUELLE



90% DES INFORMATIONS TRANSMISES AU CERVEAU SONT
VISUELLES

1/10

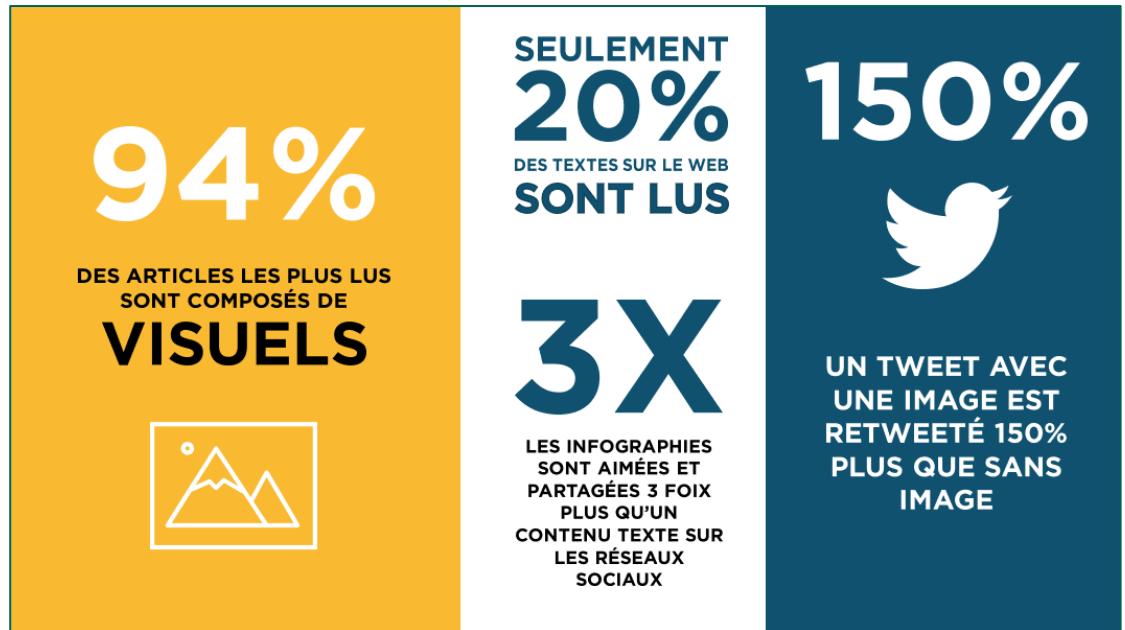


**1/10 SECONDE EST LE TEMPS QU'IL
FAUT AU CERVEAU POUR RECEVOIR
UNE INFORMATION VISUELLE**

60 000 X

**La vitesse de lecture d'une image est
60 000 fois plus rapide qu'un texte**





La communication visuelle garantit de délivrer un message clair et unifié

Cela nous est arrivé à tous. Vous tombez amoureux d'un livre, et vous apprenez ensuite qu'on en a réalisé un film. Vous appréhendez de voir le film en question, car vous craignez qu'il ne reproduise pas l'image que vous vous êtes faite du livre dans votre tête.

Souvent les romans contiennent très peu d'éléments visuels – la plupart du temps essentiellement du texte, ce qui laisse libre cours à votre imagination. Lorsque vous lisez par plaisir, laisser votre esprit vagabonder est souvent ce que vous recherchez, cela fait partie de l'expérience de lecture.

Mais lorsque vous lisez à des fins professionnelles, c'est le contraire. Pour les communications d'entreprise, il est important que le public interprète un message identique, sous peine de perte de temps ou d'incompréhension. Lorsque vous envoyez un message à des fins professionnelles, moins vous laissez de place à l'interprétation, mieux cela vaut pour vous.

La communication visuelle permet une meilleure rétention de l'information

D'un point de vue scientifique, il a été prouvé que l'utilisation de visuels aide les individus à se souvenir plus efficacement des informations. La raison en est que les images sont déposées et stockées directement dans notre mémoire à long terme, alors que les mots vont dans notre mémoire à court terme.

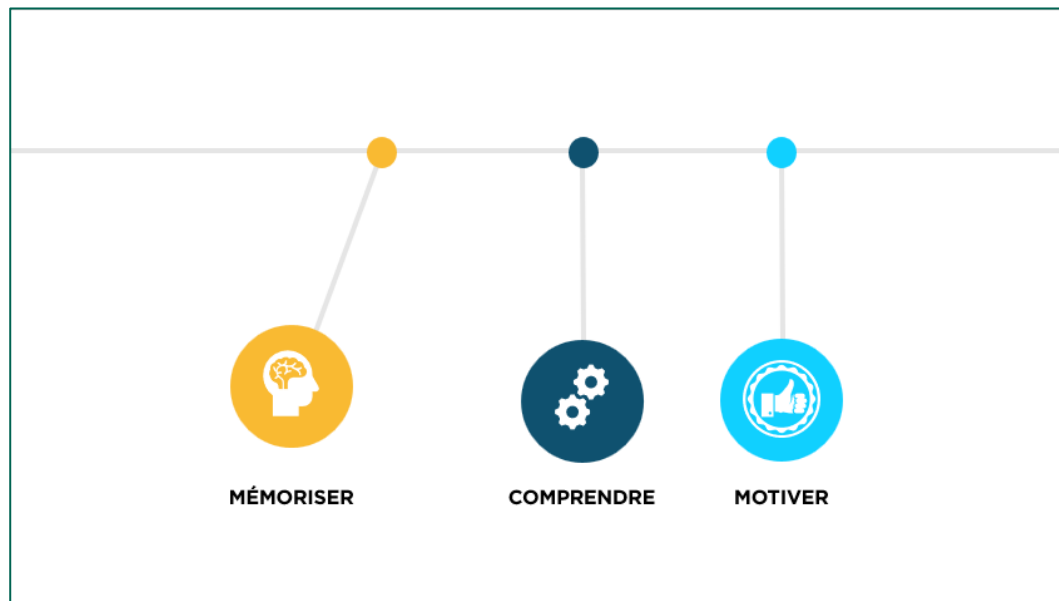
Une étude sur l'apprentissage actif a révélé qu'au bout de 2 semaines, seuls 10 à 20% des textes (ou des paroles) restent en mémoire, à comparer à l'information visuelle, toujours disponible à 80%.

Que votre communication soit à usage interne ou externe, quel que soit le sujet et la stratégie, la rétention est toujours un objectif de base.





1.1.4. Les trois fonctions principales du visuel



Mémoriser

Les visuels peuvent faciliter la mémorisation :

- En permettant un codage multiple de l'information (visuel-auditif-image-texte-etc.),
- En permettant un dosage de l'information,
- En faisant ressortir les points clés,
- En facilitant l'attention et la compréhension.

Comprendre

Les visuels peuvent faciliter la compréhension :

- Par la décomposition de processus complexes
- Par la visualisation des phénomènes ou des concepts
- Par une présentation concrète d'objets ou de situations.
- Par des simulations

Motiver

Les visuels peuvent stimuler l'attention et la motivation :

- En stimulant différents canaux sensoriels, par la couleur.
- Par les illustrations concrètes
- En faisant ressortir les informations importantes
- En ajoutant une touche émotionnelle (caricatures, dessins humoristiques)





Pour que les visuels aient un effet positif sur l'attention, il faut éviter de rajouter des distracteurs :

- Sons et images sans utilité réelle pour la compréhension ou la mémorisation
- Fonds de page trop complexes
- Répétition de logos ou titres sur toutes les pages,
- Animations tous azimuts.

1.2. Comment ?

1.2.1. D'abord donner du sens

Une image vaut mille mots ?

Les vieux dictons ont souvent raison, et celui-ci tout particulièrement : une image vaut vraiment mille mots (Confucius).

Le système visuel humain perçoit jusqu'à 80 % de l'ensemble des données sensorielles que nous collectons dans notre environnement. Par conséquent, il n'est guère surprenant que 67 % des clients déclarent que les images influencent largement leurs décisions d'achat.

Dans l'univers numérique, nous sommes constamment sollicités par toutes sortes d'images, ce qui entraîne une réduction du délai de concentration : huit secondes en moyenne. L'époque où l'on prenait réellement le temps de lire est révolue.

Pour déclencher une connexion instantanée avec votre public, votre stratégie est de créer, d'utiliser et de diffuser des visuels capables de susciter des émotions.

Ne pas parler pour ne rien dire...

Certes une image peut valoir mille mots mais on remarque trop souvent que trop d'images ne valent même pas un verbe... C'est par son histoire qu'une image se démarque. Proposer une image dans l'intention de dire quelque chose est la meilleure manière d'y donner du sens. Publier une photo vide de sens, aussi belle soit-elle, ramène à l'expression « Parler pour ne rien dire ».

Lorsqu'une photo démontre tellement bien la portée de son message, elle suscite de l'émotion, elle inspire. Montrer une photo qui fait sens touchera le public.

Pour qu'une communication passe par l'image, il faut que l'image « parle » et c'est là le défi d'une bonne composition.

Quelle que soit l'émotion recherchée, l'image est là pour susciter une réaction, qu'elle soit bonne ou mauvaise. Une bonne image ira donc toucher le public directement, et lui fera se souvenir du message. Attention à bien réfléchir donc, au message que vous souhaitez véhiculer, et à y associer précisément le message apporté par l'image. L'image est là pour faire réagir, pour amener à exposer un point de vue, un angle, une tonalité d'expression.

Bien que l'image soit statique, elle amène à activer l'imagination de celui qui la regarde. Ainsi, la personne s'imaginera randonner, avant d'arriver à un sommet présenté en image, tout comme une image de plage fait tout de suite imaginer la baignade, maillot de bain, et la détente. Pensez donc à vous mettre à la place de la personne visualisant l'image avant de la publier, afin que son impact soit optimum, et qu'il crée la réaction attendue, avec un maximum de puissance.





1.2.2. Marquer le public

Solliciter la mémoire longue

Une image a donc le pouvoir de marquer durablement le public. Nous sommes capables de mémoriser des milliers d'images à long terme. Les images sont, en effet, stockées directement dans notre mémoire à long terme, alors que les mots vont dans notre mémoire à court terme. Une étude menée par le chercheur Paul Martin Lester a par ailleurs montré que nous nous souvenons à 80 % de ce que nous voyons, à 20 % de ce que nous lisons et à 10 % de ce que nous entendons.

De plus, l'image a une force émotionnelle que les mots ne parviennent pas à transmettre. Elles permettent de raconter des histoires concrètes là où les idées conceptuelles, exprimées en mots, ne peuvent toucher l'auditoire.

Il est prouvé que l'utilisation de visuels aide les individus à se souvenir plus efficacement des informations. Autrement dit, la plupart des individus apprend et mémorise mieux au travers d'éléments visuels.

Susciter des émotions

L'image a également le pouvoir de susciter des émotions, car elle permet la transmission d'informations en quantité importante et en un temps limité. Ce qui n'est pas le cas des textes ou des échanges oraux qui ont tendance à maintenir une pensée plus rationnelle et logique.

Ainsi, la communication visuelle apparaît comme l'outil le plus efficace pour maintenir l'attention et lutter contre la somnolence en réunion !

Faciliter la compréhension des messages

La communication visuelle conduit aussi à rendre tout contenu intelligible par tous. En effet, l'image abolit les frontières, fait tomber les barrières de la langue, ou encore du statut social, contrairement à l'oral et l'écrit.

Voilà pourquoi le secteur public est le premier à utiliser des animations, des infographies, des tutoriels, des dépliants, des guides et à mettre en scène visuellement l'information qu'il souhaite diffuser pour que le plus grand nombre puisse la comprendre.





1.2.3. Comment utiliser la puissance de l'image ?

Miser sur le sens émotionnel des images : l'image évocatrice

Une image est capable d'exprimer à elle seule un message grâce à ses caractéristiques émotionnelles, son pouvoir unique de suggestion.

Voici quelques exemples où l'image peut parler d'elle-même par son pouvoir évocateur.

IMAGES SUGGÉRANT UNE AMBIANCE



Fête



Crise

SENTIMENTS ASSOCIÉS POUR LES SUJETS HUMAINS (PEUR/STRESS/JOIE)

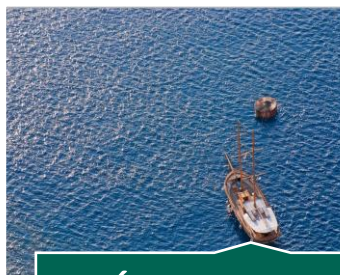


Stress

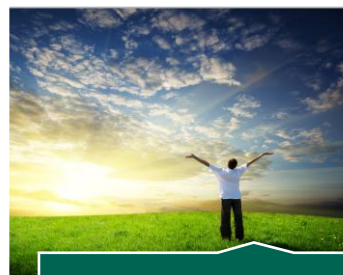


Ennui

VISUEL FAISANT APPEL À L'IMAGERIE DE L'INCONSCIENT COLLECTIF OU À LA CULTURE GÉNÉRALE.



Évasion



Liberté





Utiliser des figures de styles : l'image métaphorique

Une image est capable d'exprimer à elle seule un message. Une image efficace doit valoriser, aux yeux de votre public, l'idée qu'elle accompagne. Elle doit aussi éviter de répéter littéralement ce que dit le texte de la diapo. Il faut concevoir le couple texte + image comme une alliance plutôt qu'une répétition.

Votre visuel doit donc répondre à deux contraintes : il doit être pertinent par rapport à votre idée et votre auditoire et non redondant avec le texte. Pour cela, votre image peut raconter une histoire à partir d'un concept abstrait, apporter une information inédite, utiliser l'analogie pour renforcer ou même éclairer le message.

L'analogie est une des manières les plus simples d'illustrer un message. L'analogie (ressemblance) est la mise en relation de deux objets, deux phénomènes, deux situations qui appartiennent à des domaines différents mais font penser l'un à l'autre parce que leur déroulement, leur aspect, présentent des similitudes. Un jeu s'établit avec le récepteur du message qui doit décoder l'image et établir la relation. Dans la plupart des cas, l'analogie crée un effet de surprise favorisant l'impact des messages. Utiliser une figure de styles, c'est parler au figuré, ne pas dire explicitement quelque chose mais laisser de la place à l'interprétation. La figure de style s'applique très bien à l'image.

1.2.4. La puissance analogique de l'iconographie

Un pictogramme est une représentation graphique schématique, un dessin figuratif stylisé ayant fonction de signe. Ses synonymes ? Caractère, graphique figuratif ou symbolique, signe, symbole...

Les pictogrammes sont efficaces pour indiquer, signaler, avertir, obliger et interdire. Dans toutes les langues du monde avec un système graphique, le pictogramme sert à expliquer une information d'ordre général.

Le pictogramme a pour objectif d'être reconnu facilement pour l'action, l'objet, le logiciel ou le symbole qu'il représente. Contrairement au logo, le pictogramme n'est pas un nom mais une signification qui peut donner accès à « quelques chose ». Dans les langues écrites, les pictogrammes ont envahi notre quotidien, on les retrouve par exemple sur les panneaux routiers et la signalétique extérieure, sur le packaging de quasiment tous les produits, dans les CV et dans les livres, sur les étiquettes de vos vêtements, sur les emballages alimentaires, sur les appareils électroménagers, les ascenseurs, les tableaux de bord des voitures, dans les hôtels, les restaurants, les toilettes et tous les lieux recevant du public. Il sert généralement à la signalétique pour s'orienter dans l'espace réel ou communicatif comme l'Internet.

Les pictogrammes sont donc naturellement présents sur beaucoup de supports de communication. Un pictogramme n'est qu'une simple image, il n'y a donc pas de décryptage et de lecture, c'est une reconnaissance immédiate instantanée.





L'IMAGE AU SERVICE DE VOS MESSAGES





2. L'IMAGE AU SERVICE DE VOS MESSAGES

2.1. Trouver des ressources libres de droits

2.1.1. 1. Qu'est-ce qu'une image libre de droits ?

Si de nombreuses images sont à votre portée sur Internet, toutes ne peuvent pas être utilisées de la même manière. Certaines auront un usage restreint, tandis que d'autres seront disponibles et libre de droits. Qu'elles soient payantes ou gratuites, les images libres de droits sont des images ouvertes à tout type d'utilisation (commerciale ou non), sur tout territoire et support et modifiables, sans avoir besoin de demander au préalable l'autorisation à son auteur. Veillez à mentionner l'auteur pour que les internautes puissent retrouver facilement son travail sur la plateforme sur laquelle vous aurez téléchargé son image.

2.1.2. Qu'est-ce qu'une banque d'images ?

Pour trouver l'image idéale, rendez-vous sur des banques d'images qui proposent de télécharger des photos ou encore des vidéos en fonction de vos besoins. Ces plateformes mettent à disposition des internautes des milliers de fichiers mis à jour quotidiennement par les membres de la plateforme. En naviguant sur ces sites, vous pouvez trouver des fichiers de définitions différentes, de formats différents et avec des droits d'utilisation différents en fonction de l'auteur concerné. Il est important de bien respecter ces règles, sous peine d'être sanctionné par l'auteur ou la plateforme.

2.1.3. Comment effectuer une recherche sur une banque d'images ?

Lorsque vous vous rendez sur une banque d'images, cela peut vous prendre de longues minutes avant de trouver l'image qui illustrera parfaitement votre message. Si vous avez une idée précise de ce que vous recherchez, entrez directement votre mot-clé dans le moteur de recherche de la banque d'images. Si à l'inverse vous êtes en manque d'inspiration, privilégiez les sections où vous pourrez découvrir les images les plus populaires, celles catégorisées (voyage, nourriture, mode, nature, sport, décoration d'intérieur, etc.), ou encore les dernières ajoutées sur la banque d'images.

Une fois votre image sélectionnée, il existe trois façons principales de télécharger des photos sur les banques d'images gratuites :

- Sur plusieurs banques d'images gratuites, le téléchargement se fait en un clic, sans avoir besoin de créer de compte utilisateur. Il faut cliquer sur le bouton « Télécharger » si la version française de la plateforme est disponible, ou « Download » / « Free download » si la plateforme est en anglais. Dans d'autres cas, il faut trouver l'icône de téléchargement qui est parfois de petite taille - généralement une flèche qui pointe vers le bas, et cliquer dessus.
- Sur d'autres banques d'images, après avoir cliqué sur le bouton ou l'icône de téléchargement, l'image vous est présentée dans un nouvel onglet. Dans ce cas, il faut cliquer avec le bouton droit de la souris et choisir « Enregistrer sous », puis sélectionner un dossier pour lancer le téléchargement.
- Enfin, une poignée de banques d'images requièrent la création d'un compte utilisateur gratuit pour le téléchargement de photos et de fichiers gratuits.





2.1.4. Comment savoir si une image est soumise à des droits d'auteur ?

Avant d'utiliser une image, veillez à bien vérifier ses conditions d'utilisation. Pour cela, évitez de rechercher vos photos depuis votre moteur de recherche, comme Google Images. Ces derniers référencent bien souvent des photos qui ne sont pas libres de droits. Pour avoir une information claire et détaillée de l'usage d'une photo, privilégiez les banques d'images. Accédez ensuite à la page où se trouve le visuel concerné et prenez le temps de lire les informations indiquées par son auteur. Si vous êtes à la recherche d'images libres de droits, vous devrez vérifier que cette image répond à toutes les conditions que nous avons abordées plus haut, à savoir pas de limites quant à l'utilisation commerciale, pas de restrictions géographiques ou de support (ex : autorisé sur votre site, mais pas pour vos campagnes télévisuelles), et autorisations de modification. Le redimensionnement d'image n'est pas considéré comme une modification.

2.1.5. Banques d'images gratuites et libres de droits

Pexels

Ses points forts :

- De nouvelles photos ajoutées quotidiennement,
- Grande collection de photos et vidéos artistiques professionnelles,
- Photos de mode, de beauté et de paysages.

Pixabay

Ses points forts ou spécificités :

- Plus d'1 million d'images et de vidéos gratuites et libres de droits,
- Une communauté de photographes talentueux,
- De très belles photos et une qualité d'image particulièrement élevée.

Morguefile

Ses points forts ou spécificités :

- Une banque d'images créée en 1996 et propulsée par une communauté de photographes professionnels et d'amateurs.
- Un vaste stock d'images créatives.
- Toutes les images sont utilisables gratuitement à des fins commerciales,
- Un site d'images et de photos gratuites très convivial et particulièrement facile à explorer.

Freepik

Ses points forts ou spécificités :

- Utilisation personnelle ou commerciale permise à condition de créditer l'auteur,
- Un filtre de recherche « Gratuit » pour trouver des ressources gratuites de superbe qualité dans tous les domaines, y compris en images vectorielles,
- Un maximum de 3 images gratuites à télécharger chaque jour.





Unsplash

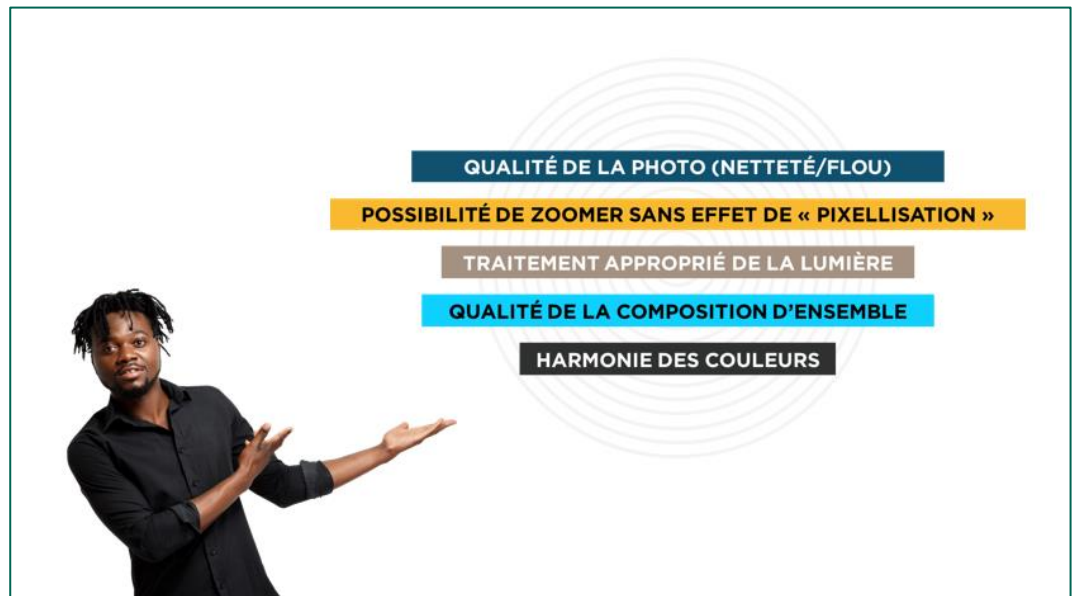
Ses points forts :

- Banque d'images tendance à haute résolution,
- Plus d'1 million d'images disponibles,
- Images libres de droits.

2.1.6. Les critères de sélection

Les critères suivants vous permettront de procéder à cette phase de sélection.

- Qualité de la photo (netteté/flou),
- Possibilité de zoomer sans effet de « pixellisation » ;
- Qualité de la composition d'ensemble (dynamisme, intérêt du sujet),
- Harmonie des couleurs,
- Traitement approprié de la lumière.





2.1.7. Connaître le langage des images pour illustrer un message avec pertinence

Une image se situe dans le domaine de la sensation, à la différence du texte qui est du domaine de la réflexion. Sa lecture s'effectue en deux temps : tout d'abord, l'œil regarde l'image dans son ensemble ; ensuite, il en analyse le contenu.

L'orientation de l'image

- L'image verticale (dite : À la française, ou en Portrait) dynamise un document. On l'utilise pour véhiculer une impression de mouvement.
- L'image horizontale (dite : À l'italienne ou en Paysage) donne une impression de calme et de stabilité.
- L'image carrée est neutre. Ce format est idéal pour les images d'information dans lesquelles on privilégie le sujet et non la relation avec le lecteur.
- L'image détournée est un cas particulier. Elle se classe dans l'une des trois catégories précédentes en fonction de l'orientation générale du détourage.

La hauteur du point de vue

La hauteur du point de vue désigne la position du regard par rapport à l'image, à la scène ou au produit présenté par la photo ou l'illustration.

- **La ligne d'horizon passe par le centre du sujet ?** L'image est dite à **Hauteur d'œil**. Cet angle de vision est qualifié de normal. On l'utilise pour des images témoins et/ou pour ne pas manipuler le lecteur.
- **L'œil du lecteur à l'impression d'être en hauteur et d'observer une scène en contrebas ?** L'image est dite **En plongée**. Le lecteur domine le sujet de l'image. On l'utilise pour mettre en valeur les idées contenues dans l'image, et non le sujet en lui-même (ex. : la photographie d'une voiture vue en plongée souligne la dimension conviviale et sympathique du véhicule).
- **Le lecteur à l'impression d'être en bas et d'observer un élément situé en haut ?** L'image est dite en **Contre-plongée**. Le sujet donne une impression de puissance, il domine le lecteur. On l'utilise pour mettre en valeur l'objet présenté.

Le sens du visuel

Le regard du lecteur suit les lignes de composition de l'image. Il est attiré par les contrastes et privilégie le vivant à l'inerte (personnage ou animal par rapport au végétal et au minéral).

Quand des éléments mobiles (homme, animal, véhicule...) sont présents sur l'image, le regard accompagne le sens de déplacement.

- L'élément regarde vers la droite, ou semble se diriger vers la droite ? Ce mouvement est interprété par le lecteur comme un élément qui va de l'avant, qui avance...
- L'élément regarde vers la gauche ou semble se diriger vers la gauche ? Le lecteur éprouve le sentiment que l'élément retourne sur ses pas ou qu'il a du mal à se projeter vers l'avenir.
- Deux éléments regardent dans un sens opposé ? Le lecteur interprète l'image dans sa globalité et le visuel est neutre.





2.1.8. Mettre en scène ses images

L'alliance texte et image : soutenir sans répéter

Une image efficace doit valoriser, aux yeux du public, l'idée qu'elle accompagne. Elle doit éviter de répéter littéralement ce que dit le texte de la diapo.

Pour cela, votre visuel doit répondre à deux contraintes :

- Pertinent par rapport à votre idée et l'auditoire
- Non redondant avec votre texte.

Pour cela, votre image peut :

- Raconter une histoire
- Apporter une information inédite
- Utiliser l'analogie.

L'image à fond perdu

Pour être percutante, votre image doit pouvoir s'épanouir en utilisant un maximum de surface. En effet, le moyen le plus simple et le plus efficace pour donner plus d'impact à vos visuels est de les traiter en fond perdu. Le fond perdu signifie que votre photo prend la totalité de la diapo.

Il n'y a plus de bordures inutilisées autour de l'image. Ainsi, au lieu de poser votre photo un peu au milieu de nulle part, vous allez l'agrandir, éventuellement la recadrer, et ainsi pouvoir lui donner sa pleine puissance. La projection à l'écran de photos à fond perdu est vraiment redoutable.

Cette présentation captera immédiatement l'attention de votre public. Vous créez une scène dans laquelle votre public peut se projeter. Ne vous sentez pas obligé d'utiliser systématiquement la technique du fond perdu dans votre présentation. Réservez cette technique pour les visuels qui accompagnent la présentation de votre message clef. En procédant ainsi, vous serez certain de graver votre message principal dans l'esprit de votre auditoire. Prenez soin que votre photo prenne bien la totalité de la diapo. C'est assez inesthétique à la projection de s'apercevoir qu'un côté est resté blanc. L'agrandissement de la photo ne doit pas se faire au détriment du texte. Choisissez des photos vous permettant d'insérer correctement votre texte.

Chercher la zone calme

Les images à fond perdu c'est pertinent, mais toute la difficulté consiste ensuite à placer et maintenir la lisibilité d'un texte par-dessus ces images. Lorsque vous cherchez une image, gardez à l'esprit que votre image va servir de décor pour accueillir du texte. Certaines disposent de « zones calmes » qui facilitent l'intégration du texte.

Qu'est-ce qu'une zone calme ? C'est simple, il s'agit d'une zone de l'image relativement homogène au niveau colorimétrique notamment.

Si la zone calme de votre photo comporte peu de variations de luminosité, vous pouvez écrire directement en blanc ou dans une couleur pâle. Si la zone calme est très claire, écrivez en noir ou dans une couleur sombre. Le texte et l'image sont intimement liés, augmentant l'impact des diapos.

Bien sûr, il est parfois nécessaire de retravailler l'image, de la recadrer, voire de faire pivoter l'image afin de trouver le bon équilibre entre le texte et l'image. Mais n'oubliez pas que PowerPoint vous offre les outils qui vous permettront d'atteindre cet équilibre visuel : réglages de lumière et de contraste, rognage. Faites un tour au niveau des outils Image du logiciel, tout y est !





Jouer avec la transparence

Toutes les photos ne possèdent pas de zones calmes... Il faut donc pouvoir s'adapter !

Dans ce cas, vous allez intégrer votre texte dans un bloc, qui lui offrira un fond uni pour rester lisible. Donnez au fond une légère transparence 20 à 40%. Faites tout simplement dans PowerPoint un clic droit sur le bloc et choisissez la commande format de la forme... la transparence est à portée de clic ! Attention, le texte d'un bloc à fond clair est plus lisible s'il est placé sur une zone claire de l'image plutôt que dans une zone sombre. Et bien sûr, à l'inverse, utilisez plutôt un bloc à fond sombre sur une zone sombre. Vous pouvez aussi utiliser une couleur de l'image. Pour cela un outil magique de PowerPoint, la pipette qui permettra de prélever une couleur issue d'une image !

Si vous ne souhaitez pas utiliser la technique du bloc placé sur l'image, bref de l'encart en fait, il existe une parade... le dégradé progressif ! Il s'agit de recouvrir une image d'un bloc d'une couleur adaptée puis d'exploiter le principe du dégradé associé à la transparence : privilégiez le dégradé linéaire, composez votre dégradé avec trois couleurs identiques et diminuez l'opacité progressivement, le premier à 100%, le second à 50% et le troisième à 0%. Le résultat est esthétique.

La règle des tiers

Cette règle est issue du monde de la photographie et part du constat suivant : un sujet centré en plein milieu d'une photo donne une impression de platitude.

Pour donner du rythme et du dynamisme à votre composition, utilisez une grille qui séparera votre image en 9 cases équivalentes. Cette grille permet d'identifier quatre points névralgiques où l'œil revient le plus souvent lorsqu'il balaie un support visuel. Le point en haut à gauche revêt le plus d'importance, tandis que le point en bas à droite est à peine survolé ! Vous savez donc où placer les éléments selon leur degré d'importance !

N'hésitez pas à retravailler une photo pour donner plus d'impact aux points forts. Pensez à la fonctionnalité de rognage pour cela. Les appareils photo numériques récents intègrent pour la plupart une grille optionnelle qu'il suffit d'activer pour aligner ses prises de vue.





Penser image détournée

Les images détournées sont les plus faciles à placer sur une diapositive. Intégrer du texte sur une image détournée est un jeu d'enfant ! Détourage ? Oui mais encore... C'est quoi un détourage ?

Le détourage est une opération consistant à ne retenir d'une illustration qu'une partie. Il faut pour cela séparer l'objet et le fond, donc délimiter le contour de l'objet. Une fois détournée, l'image présente des contours irréguliers (au lieu d'un contour rectangulaire) correspondant à l'objet que l'on a extrait. La partie inutile est rendue transparente (on peut alors insérer l'objet dans une autre image), ou blanche, ou autre.

Les logiciels de traitement d'image, comme Adobe Photoshop ou GIMP, permettent de faire cette opération. Et PowerPoint alors ! Et bien c'est possible, vous ne rêvez pas ! Pas besoin de faire appel à un graphiste, vous pouvez détourer à votre guise, rien que vous, pour votre plus grand bonheur, votre collègue préféré, un produit, qu'importe ! Il suffit d'utiliser la commande miracle du logiciel, à savoir **Supprimer l'arrière-plan**, présente dans les outils Image de PowerPoint. Cadrez la zone à détourer, ajoutez les éléments manquants ou enlevez les grâce aux outils + et -, prenez un peu de temps... Le résultat est bluffant ! Attention quand même de travailler sur des images de bonne qualité ! En effet, pour arriver à un résultat efficace, prenez soin de prendre un visuel offrant un parfait contraste entre l'élément central de la photo et l'arrière-plan.





GESTION TECHNIQUE DES IMAGES






3. GESTION TECHNIQUE DES IMAGES

3.1. Insertion d'une image

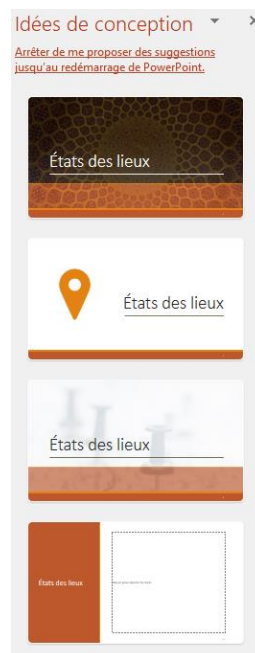
3.1.1. Insérer un fichier image

- Activez la diapositive sur laquelle vous souhaitez insérer l'image.
- Activez l'onglet **Insertion** et cliquez sur le bouton **Images** du groupe **Images** ou cliquez sur l'icône  située dans l'espace réservé d'une diapositive ayant une disposition de contenu.
- La boîte de dialogue **Insérer une image** s'ouvre.
- Accédez à l'unité et au dossier contenant le fichier image à insérer.
- Faites un double clic sur le nom du fichier image.

3.1.2. Utiliser le concepteur PowerPoint

Ce nouveau service, disponible uniquement pour les abonnés à Office 365, propose différentes suggestions de disposition lorsqu'une image est insérée dans une diapositive. Pour utiliser ce service, une connexion Internet est nécessaire.

Après avoir inséré une image, le volet **Idées de conception** s'ouvre et plusieurs dispositions sont proposées sous forme de miniatures :




- Pour utiliser une des dispositions, cliquez sur sa miniature puis fermez le volet. Vous pouvez également afficher le volet **Idées de conception** en cliquant sur le bouton **Idées de conception** (onglet **Création** - groupe **Concepteur**).

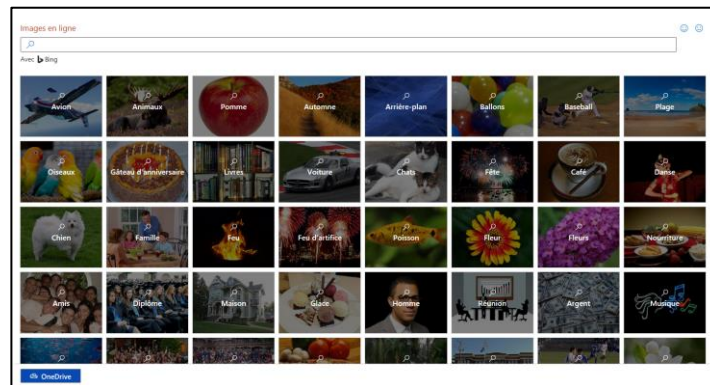




3.1.3. Rechercher et insérer une image en ligne


Cette procédure vous permet d'insérer une image (ou photo) stockée sur votre espace OneDrive ou provenant d'un site web.

- Activez l'onglet **Insertion** et cliquez sur le bouton **Images en ligne** du groupe **Images** ou cliquez sur l'icône  située dans l'espace réservé d'une diapositive ayant une disposition de contenu.
- La fenêtre suivante s'affiche :



- Pour insérer une image de votre espace de stockage OneDrive, cliquez sur le bouton **OneDrive** puis, dans la fenêtre qui s'affiche, cliquez éventuellement sur le dossier d'enregistrement de l'image et double cliquez sur sa vignette.
- Pour ajouter une image provenant d'un site Internet, si besoin, cliquez sur une des vignettes des thèmes proposés pour afficher les images correspondantes.
- Ou recherchez une image, saisissez le ou les mots clés correspondant à l'image recherchée dans la zone de saisie de la fenêtre **Images en ligne** et appuyez sur **Entrée** pour afficher les résultats de la recherche.

Le moteur de recherche Bing affiche dans un premier temps les images correspondant au thème d'images choisi ou aux mots-clés saisis qui sont sous licence **Creative Commons**, ce qui signifie qu'elles peuvent être utilisées librement sous certaines conditions de réutilisation définies par leur auteur :

- Pour afficher toutes les images quelle que soit leur licence d'utilisation, cliquez sur le bouton **Creative Commons uniquement** pour le désactiver.
- Pour filtrer les résultats de la recherche, cliquez sur l'outil **Filtrer**  et choisissez les critères de filtre souhaités (**Taille**, **Type**, **Disposition** et **Couleur**).
- Cliquez ensuite sur la vignette de chaque image à ajouter.
- Cliquez sur le bouton **Insérer**.





3.1.4. Insérer et modifier un modèle 3D

Un modèle ou image 3D est un objet en trois dimensions qu'il sera possible de faire pivoter pour le visualiser sous un autre angle. Vous pouvez ajouter dans une présentation un fichier 3D stocké sur votre ordinateur ou provenant d'un site Internet (via Remixer 3D).

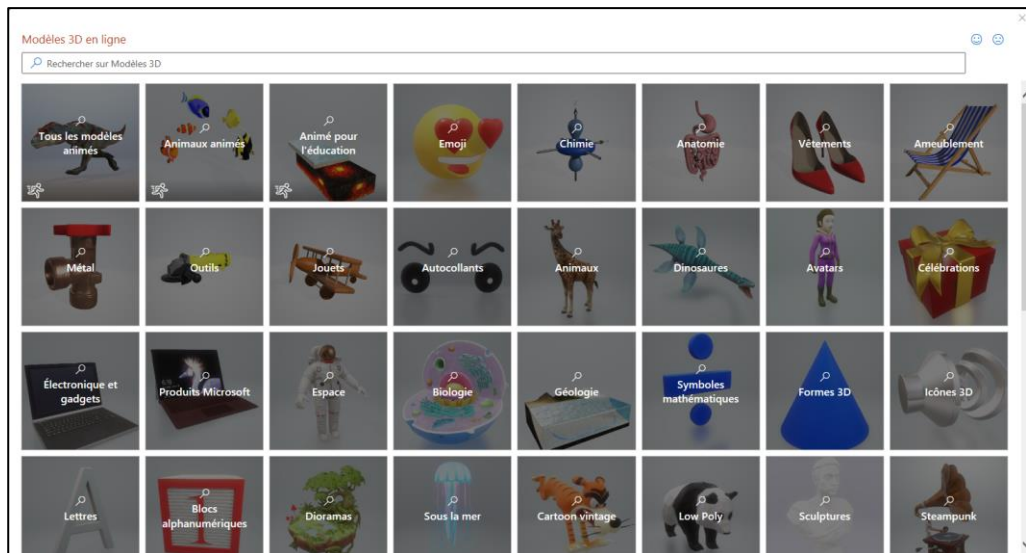
- Affichez la diapositive dans laquelle l'image 3D doit être insérée.

Depuis un fichier

- Activez l'onglet **Insertion** et ouvrez la liste du bouton **Modèles 3D** du groupe **Illustrations** et choisissez l'option **À partir d'un fichier**.
- Accédez au dossier d'enregistrement du fichier puis double cliquez sur son nom.

Depuis la bibliothèque en ligne Remixer 3D

- Activez l'onglet **Insertion** et cliquez sur le bouton **Modèles 3D** (sans ouvrir la liste) du groupe **Illustrations**.
- La fenêtre **Modèles 3D en ligne** s'ouvre et propose plusieurs catégories de modèles :



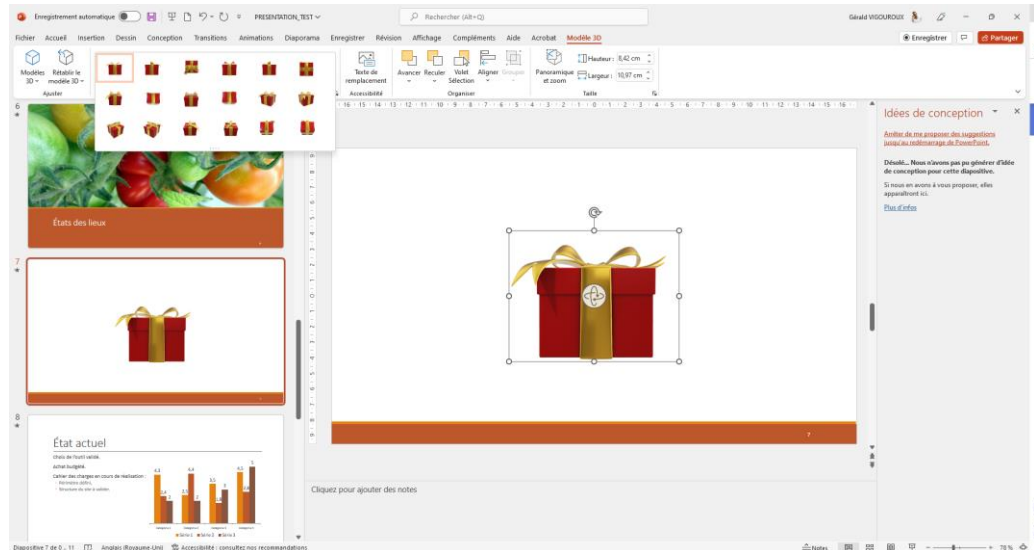
- Pour afficher les modèles 3D d'une catégorie, cliquez sur la vignette correspondante.
- Pour rechercher un modèle 3D, cliquez dans la zone de recherche et saisissez-le ou les mots clés permettant de trouver le modèle.
- Appuyez ensuite sur la touche **Entrée** pour afficher les résultats de la recherche.
- Cliquez sur la vignette du modèle à ajouter puis sur le bouton **Insérer**.
- L'image 3D apparaît dans la diapositive et l'onglet contextuel **Format** est affiché.







Modifier un modèle 3D

- Pour modifier la taille de l'image, faites glisser une de ses poignées de sélection (ronds blancs) ou précisez, en cm, sa hauteur et sa largeur dans les zones **Hauteur** et **Largeur** du groupe **Taille** de l'onglet contextuel **Format**.
- Pour choisir une autre vue du modèle, ouvrez la galerie du groupe **Vues du modèle 3D** et cliquez sur une des vues proposées.



- Pour faire pivoter ou incliner le modèle 3D dans la direction souhaitée, faites glisser l'outil  situé au centre de l'image.
- Pour déplacer ou modifier la taille de l'image dans le cadre, cliquez sur le bouton **Panoramique et zoom** du groupe **Taille**.
- Pour déplacer l'image, faites-la glisser.
- Pour modifier la taille de l'image dans le cadre, cliquez sur l'outil , situé à droite du cadre, et faites-le glisser vers le haut pour agrandir l'image ou vers le bas pour la réduire.
- Pour annuler les modifications effectuées sur le modèle 3D, cliquez sur la partie supérieure du bouton **Réinitialiser le modèle 3D** du groupe **Ajuster** ; pour annuler les modifications et rétablir sa taille d'origine, ouvrez la liste du bouton **Réinitialiser le modèle 3D** et choisissez l'option **Réinitialiser le modèle 3D et la taille**.





3.1.5. Insérer une capture d'écran

Il s'agit de réaliser une copie de la totalité ou d'une partie d'une des fenêtres ouvertes (non réduites) sur votre poste de travail et de l'insérer à la présentation active.

Insérer la totalité d'une fenêtre

- Ouvrez, en arrière-plan, la fenêtre que vous souhaitez capturer.
- Affichez la diapositive sur laquelle vous souhaitez insérer la capture d'écran.
- Activez l'onglet **Insertion** et cliquez sur le bouton **Capture**.

Les fenêtres ouvertes en arrière-plan s'affichent en miniatures dans le cadre Fenêtres disponibles. Lorsque vous pointez une des fenêtres, le nom du fichier suivi du nom du programme s'affiche dans une info-bulle. S'il s'agit d'une page web, son nom et celui du navigateur utilisé apparaissent dans l'info-bulle.

- Cliquez sur la miniature correspondant à la fenêtre à insérer dans la diapositive.

Insérer une partie d'une fenêtre

- Si plusieurs fenêtres sont ouvertes, affichez la fenêtre sur laquelle la capture devra être réalisée puis activez la présentation PowerPoint puis la diapositive dans laquelle la capture sera insérée.
- Activez l'onglet **Insertion** et cliquez sur le bouton **Capture**.
- Cliquez sur l'option **Capture d'écran**.

La fenêtre située en arrière-plan de la présentation active apparaît à l'écran. Le pointeur de la souris se transforme en croix fine.

- Par un cliqué-glissé, détourez la partie à capturer.

Dès que vous relâchez le bouton de la souris, la partie de la fenêtre sélectionnée apparaît dans la diapositive de la présentation.






3.2. Modification d'une image

3.2.1. Modifier le contour d'une image

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur le bouton **Bordure de l'image** du groupe **Styles d'image**.
- Pour changer la couleur du contour de l'image, cliquez sur la pastille de couleur attendue ou sur l'option **Autres couleurs de contour** pour créer votre couleur personnalisée ou sur **Pipette** pour utiliser une couleur visible sur un des objets de la diapositive.
- Pour modifier l'épaisseur du contour de l'image, cliquez sur le bouton **Bordure de l'image**, pointez l'option **Épaisseur** et cliquez sur celle de votre choix.
- Pour modifier le style du contour de l'image, cliquez sur le bouton **Bordure de l'image**, pointez l'option **Tirets** et cliquez sur le style voulu.

3.2.2. Appliquer un style rapide à une image

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Faites défiler les différents styles proposés de la galerie du groupe **Styles d'image** ou cliquez sur le bouton **Autres**  de ce même groupe pour ouvrir la liste complète.
- Cliquez sur le style à utiliser.

3.2.3. Appliquer un effet spécial à une image

Il s'agit d'appliquer un effet visuel sur les images sélectionnées, tel qu'une ombre, une réflexion, une lumière... (concernant l'effet **Contours adoucis**, référez-vous au titre Estomper les bordures d'une image).

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur le bouton **Effets d'image** du groupe **Styles d'image**.
- Pointez la catégorie d'effets souhaités.

Dans chacune des catégories **Prédéfini**, **Ombre**, **Réflexion**... une option intitulée **Aucun(e)** suivi du nom de la catégorie, permet d'annuler l'effet, ici l'option **Aucune valeur prédéfinie** permet d'annuler l'effet de la catégorie **Prédéfini** appliqué à l'image. L'option intitulée **Options de** suivi du nom du sous-menu permet d'accéder aux options du volet **Format** vous permettant ainsi de personnaliser l'effet choisi.

- Cliquez ensuite sur l'effet voulu.
- Appliquer un effet artistique à une image

Les styles artistiques proposés (**Flou**, **Ciment**, **Texture**, **Photocopie**...) permettent de modifier l'aspect d'une image.

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur le bouton **Effets artistiques** du groupe **Ajuster**.
- Cliquez sur l'effet à appliquer.

3.2.4. Modifier la forme d'une image





Par défaut, une image s'inscrit dans une forme de type Rectangle sans contour apparent. Vous pouvez choisir une autre forme d'image parmi les formes automatiques proposées, cependant, pour certaines formes, il est préférable d'appliquer au préalable un contour (cf. Modifier le contour d'une image).

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Ouvrez la liste du bouton **Rogner** en cliquant sur la partie inférieure du bouton et pointez l'option **Rogner à la forme**.
- Cliquez sur la forme souhaitée.

3.2.5. Ajuster l'image à la forme ou la remplir

Une image étant toujours associée à une forme (rectangle ou autre), vous pouvez choisir le comportement de l'image lorsque la forme dans laquelle elle se trouve est modifiée. Par exemple, si vous modifiez, de façon disproportionnée, la taille de la forme, l'image peut remplir tout l'espace de la forme ou alors s'ajuster pour conserver ses proportions d'origine.

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Ouvrez la liste du bouton **Rogner** en cliquant sur la partie inférieure du bouton et cliquez sur l'option **Remplir** ou **Ajuster**.





3.2.6. Estomper les bordures d'une image

Il s'agit de rendre plus ou moins transparentes les bordures d'une image.

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur le bouton **Effets d'image** du groupe **Styles d'image** et pointez l'option **Contours adoucis**.
- Cliquez sur une des valeurs proposées ou, si aucune valeur ne convient, cliquez sur **Options de contours adoucis** et précisez la valeur souhaitée dans la zone de l'option **Taille** et fermez ensuite le volet **Format de l'image**.

3.3. Retoucher une image

3.3.1. Rendre transparente une des couleurs de l'image

Cette technique n'est pas réalisable sur toutes les images. Elle ne peut s'appliquer qu'à une seule couleur de l'image sélectionnée.

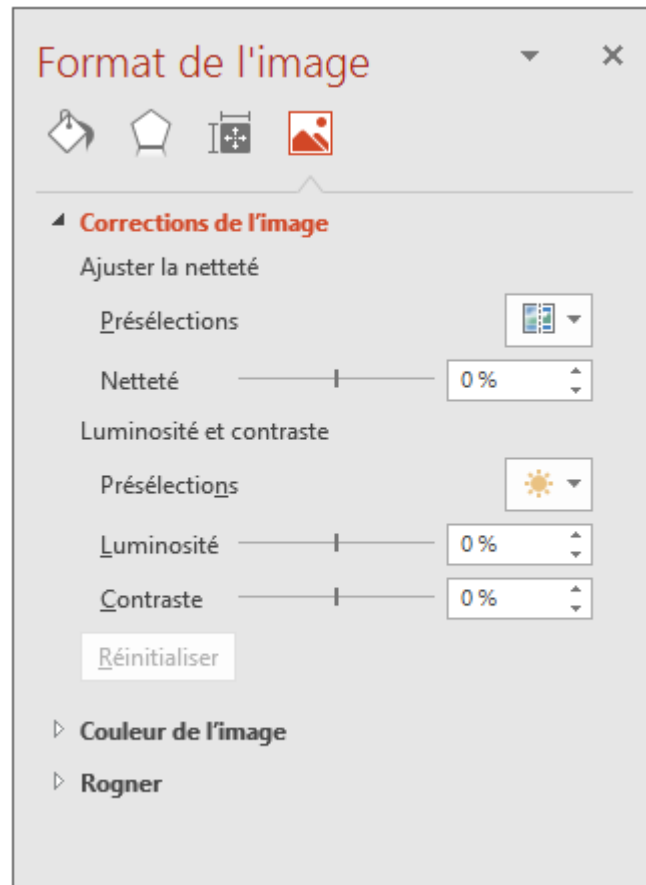
- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur le bouton **Couleur** et sur l'option **Couleur transparente**.
- Le pointeur de la souris prend la forme d'une pipette.
- Cliquez sur la couleur à rendre transparente.

3.3.2. Modifier la luminosité, le contraste, la netteté d'une image

Ces options permettent d'intervenir sur la clarté (luminosité) d'une image, d'assombrir ou d'éclaircir ses couleurs (contraste) ou d'atténuer sa netteté (flou).

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur le bouton **Corrections**.
- Pour modifier la luminosité et le contraste, cliquez sur le modèle souhaité du cadre **Luminosité et contraste**.
- Pour appliquer un effet plus ou moins flou, cliquez sur un des modèles proposés du cadre **Ajuster la netteté**.
- Pour corriger plus précisément l'image, sélectionnez l'option **Options de correction de l'image** dans la liste du bouton **Corrections**.





Les listes Présélections des cadres Ajuster la netteté et Luminosité et contraste reprennent les modèles proposés dans la liste du bouton Corrections.

Modifiez les valeurs des options **Netteté**, **Luminosité** et/ou **Contraste** en déplaçant le curseur de la réglette correspondante ou en précisant une valeur dans la zone correspondant à l'option.

3.3.3. Modifier les couleurs d'une image

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur le bouton **Couleur** du groupe **Ajuster** et choisissez l'une des miniatures proposées du cadre **Recolorier** ou pointez l'option **Autres variations** et cliquez sur une pastille de couleur.

L'option **Estompé** rend l'image presque transparente, ce qui peut être utile lorsque l'image doit être mise en arrière-plan, en filigrane par exemple.





3.3.4. Modifier la saturation et la nuance des couleurs

Sur une image, vous pouvez modifier l'intensité des couleurs (saturation) pour les rendre plus vives ou au contraire, plus foncées. Vous pouvez également intervenir sur les nuances des couleurs (température) pour corriger des couleurs à valeur dominante et ainsi accentuer certains détails de l'image.

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur le bouton **Couleur** du groupe **Ajuster**.
- Pour modifier l'intensité des couleurs, cliquez sur un des modèles proposés du cadre **Saturation de la couleur** ; pour modifier la température, cliquez sur un des modèles du cadre **Nuance des couleurs**.
- Pour préciser une autre valeur de saturation et/ou de nuance des couleurs, sélectionnez l'option **Options de couleur de l'image** de la liste du bouton **Couleur**.

Les listes **Présélections** des cadres **Saturation de la couleur** ou **Nuance des couleurs** reprennent les modèles proposés dans la liste du bouton **Couleur**.

- Modifiez les valeurs des options **Saturation** et **Température** en déplaçant le curseur de la réglette correspondante ou en précisant une valeur dans la zone située à droite de l'option. Pour rendre les couleurs plus vives, précisez un pourcentage élevé de saturation.

3.3.5. Rogner une image

Cette manipulation permet de supprimer des parties de l'image.



Manuellement

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur la partie supérieure du bouton **Rogner** du groupe **Taille**.
- L'image est entourée de poignées de rognage.
- Pointez une des poignées et faites-la glisser vers l'intérieur.
- Lorsque vous faites glisser le pointeur, la partie rognée devient grisée.
- Répétez l'opération pour chaque partie à rogner.
- Pour déplacer la zone à rogner, placez le pointeur sur la partie à déplacer et, lorsqu'il prend la forme d'une croix fléchée, faites un cliqué-glissé dans la direction voulue.
- Pour quitter le processus, cliquez à nouveau sur la partie supérieure du bouton **Rogner** ou appuyez sur la touche **Echap**.
- Les parties rognées sont conservées dans la présentation.





Définir les dimensions exactes

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet contextuel **Mise en forme**.
- Cliquez sur le Lanceur de boîte de dialogue  du groupe **Taille**.
- Dans le volet **Format de l'image**, activez l'onglet **Image** .
- Cliquez sur la catégorie **Rogner**.
- Modifiez les valeurs du cadre **Position du rognage**.

3.3.6. Ajuster aux dimensions couramment utilisées

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet **Mise en forme**.
- Cliquez sur la partie inférieure du bouton **Rogner** du groupe **Taille** et pointez l'option **Rapport hauteur-largeur**.
- Cliquez sur la taille de votre choix.



3.3.7. Détourer une image

PowerPoint vous propose un outil puissant de retouche d'image qui permet de supprimer des zones de l'arrière-plan.

- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet **Mise en forme**.
- Cliquez sur le bouton **Supprimer l'arrière-plan** du groupe **Ajuster**.
- Les parties qui seront supprimées apparaissent en gris foncé (rose sur votre écran). Les outils et boutons de l'onglet **Suppression de l'arrière-plan** permettent d'ajuster le détourage.
- Pour modifier les zones de l'image à conserver ou à supprimer, cliquez sur le bouton **Marquer les zones à conserver** ou **Marquer les zones à supprimer** du groupe **Affiner** puis cliquez sur la ou les parties à conserver ou à supprimer (vous pouvez également, par un cliqué-glissé, tracer, sur la zone concernée, une succession de segments).
- Pour valider les modifications, cliquez sur le bouton **Conserver les modifications** du groupe **Fermeture**.

3.3.8. Retrouver l'image d'origine

Il s'agit d'annuler toutes les mises en forme effectuées sur une image pour retrouver celle que vous avez insérée à l'origine.


- Sélectionnez l'image concernée et, si besoin, activez l'onglet **Mise en forme**.
- Cliquez sur l'outil **Rétablir l'image**  du groupe **Ajuster**.
- Pour rétablir l'image ainsi que sa taille d'origine et les parties rognées, ouvrez la liste associée à l'outil **Rétablir l'image**  et sélectionnez l'option **Rétablir la taille de l'image**.





3.3.9. Compresser des images

Par défaut, les images d'une présentation sont compressées, elles utilisent la résolution du document. Cette fonctionnalité vous permet de réduire la taille des présentations contenant des images en réduisant davantage leur résolution (sans perte de qualité) et/ou en supprimant leurs parties rognées.

- Pour compresser toutes les images de la présentation, sélectionnez au moins une des images ; pour compresser une ou plusieurs images d'une diapositive, sélectionnez-les.
- Activez l'onglet **Mise en forme**.
- Cliquez sur l'outil **Compresser les images**  du groupe **Ajuster**.
- Pour diminuer la résolution des images sélectionnées et non de toutes les images de la présentation, laissez active l'option **Appliquer à l'image sélectionnée uniquement**.
- Laissez active l'option **Supprimer les zones de rognage des images** pour supprimer dans le fichier les parties des images qui ont été masquées par le rognage ou lors de la suppression de l'arrière-plan.
- Choisissez la résolution des images dans le cadre **Résolution** : plus la résolution (points par pouce) est faible, plus la compression sera importante.
- Cliquez sur le bouton **OK**.

3.3.10. Convertir un ou plusieurs objets en image

Tout objet sélectionné (texte, forme automatique, image...) peut être enregistré en tant qu'image. Si plusieurs objets sont sélectionnés, l'ensemble de la sélection sera enregistré en tant qu'image unique.

- Sélectionnez-le ou les objets concernés.
- Affichez le menu contextuel de la sélection.
- Sélectionnez l'option Enregistrer en tant qu'image.
- Sélectionnez le dossier d'enregistrement puis saisissez le nom à attribuer au fichier dans la zone Nom de fichier.
- Ouvrez la liste Type et choisissez un des formats d'image.
- Cliquez sur Enregistrer.

Le choix du format de l'image dépend du support ciblé. Si l'image doit être imprimée, vous pouvez choisir les formats BMP, TIFF, WMF ou EMF, néanmoins ces formats peuvent augmenter considérablement la taille du fichier. Si l'image est destinée à être projetée (ou utilisée sur le web), les formats GIF, PNG et JPEG sont les plus appropriés. Ce sont des formats compressés qui utilisent jusqu'à 256 couleurs pour le format GIF et 16 millions de couleurs pour les formats JPEG et PNG. Le format JPEG est le plus performant.





LE MULTIMÉDIA





4. LE MULTIMÉDIA

4.1. Les vidéos

La vidéo a toujours été l'une des formes les plus puissantes pour la communication visuelle. L'influence mondiale de la télévision et des films témoigne de l'attraction inhérente de l'image mouvante.

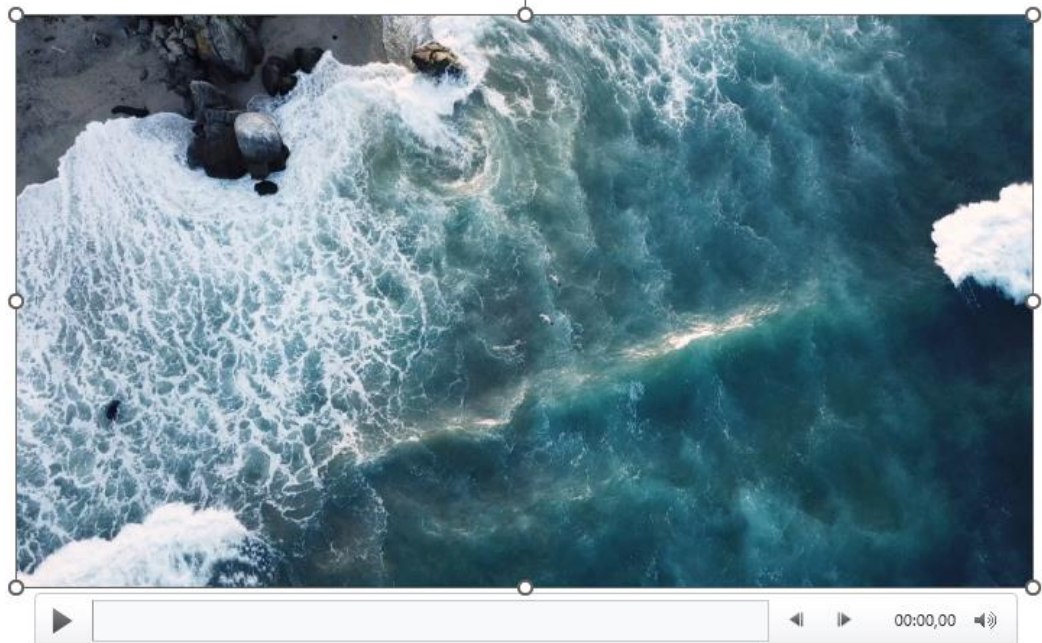
Ainsi, la vidéo connaît un succès phénoménal dans l'écosystème Web 2.0 : YouTube, troisième empire du Web, ne cesse de se développer ; Facebook s'acharne à se tailler une part plus importante du gâteau audiovisuel ; sans compter les nouveaux services comme Periscope et Meerkat qui se mangent le nez dans la course au Live Streaming. Il n'est donc pas surprenant que la vidéo plein écran soit devenue une tendance du Diapo design particulièrement appréciée.

Mais ce n'est pas qu'une question d'esthétique. D'un point de vue pratique, la vidéo présente un avantage considérable : montrer un produit par exemple en action est un moyen infailible de captiver ses visiteurs.

4.1.1. Insérer un fichier vidéo

PowerPoint offre la possibilité d'insérer des fichiers vidéo provenant de différents formats tels que les formats **mp3**, **mp4**, **mov**, etc.

- Activez la diapositive sur laquelle vous souhaitez insérer le fichier Vidéo.
- Activez l'onglet **Insertion** et cliquez sur le bouton **Vidéo** du groupe **Média** et sélectionnez l'option **Vidéo sur mon PC**.
- La boîte de dialogue **Insérer une vidéo** s'ouvre. Remarquez le contenu de la zone des types de fichiers : PowerPoint propose d'ouvrir tous les fichiers de type **Fichiers vidéo**.
- Accédez à l'unité et au dossier contenant le fichier vidéo à insérer.
- Faites un double clic sur le nom du fichier.



Le fichier vidéo apparaît dans la diapositive sous la forme d'un objet graphique, accompagné d'une barre de lecture qui peut être gérée comme telle. En général, l'objet graphique représente la première image de la vidéo.





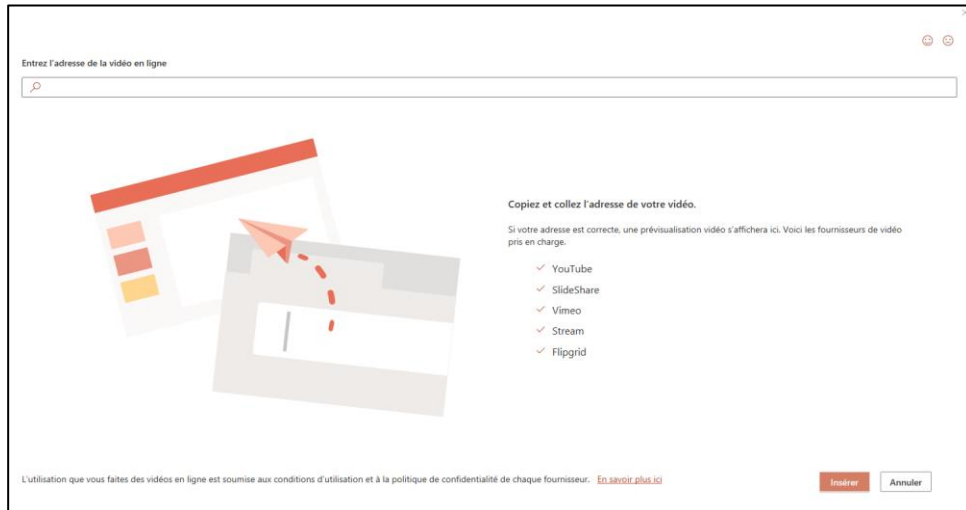
- Les onglets contextuels **Format** et **Lecture** s'affichent.

4.1.2. Insérer une vidéo en ligne

- Activez la diapositive sur laquelle vous souhaitez insérer la vidéo.
- Sur l'onglet **Insertion**, cliquez sur le bouton **Vidéo** du groupe **Média** et sélectionnez

l'option **Vidéo en ligne** ou cliquez sur l'icône  dans l'espace réservé d'une diapositive ayant une disposition de contenu.

- La fenêtre suivante s'affiche :



- Entrez l'adresse de la vidéo en ligne et cliquez sur **Insérer**.





4.1.3. Créer une vidéo en enregistrant des manipulations à l'écran

Cette fonctionnalité propose d'enregistrer sous forme de vidéos les manipulations que vous réalisez à l'écran. Vous pouvez choisir la zone à capturer avant de réaliser les manipulations.

- Ouvrez en arrière-plan l'application qui sera utilisée pour réaliser les actions à enregistrer.
- Affichez la diapositive sur laquelle vous souhaitez ajouter la vidéo.
- Cliquez sur l'onglet **Insertion** et sur le bouton **Enregistrement de l'écran** du groupe **Média**.
- La barre d'outils suivante apparaît en haut de l'écran :



- Éventuellement, pour choisir la partie de l'écran à capturer, cliquez sur le bouton **Sélectionner une zone** puis, à l'aide d'un cliqué-glissé, tracez un cadre à l'écran pour déterminer la partie de l'écran concernée par la capture.
- Si vous souhaitez inclure des commentaires audios via un microphone connecté ou intégré à l'ordinateur, laissez actif le bouton **Audio**, dans le cas contraire, cliquez sur ce bouton pour le désactiver.
- Si la matérialisation du pointeur doit être visible dans les captures vidéo, laissez actif le bouton **Enregistrer le pointeur** ; dans le cas contraire, cliquez sur ce bouton pour le désactiver.
- Lorsque vous êtes prêt à enregistrer les manipulations souhaitées, cliquez sur le bouton **Enregistrer** et effectuez les actions à enregistrer.
- Pendant l'enregistrement, cliquez sur le bouton **Pause** pour interrompre momentanément la vidéo.
- Cliquez ensuite sur le bouton **Enregistrer** pour reprendre l'enregistrement de la vidéo.
- Pendant l'enregistrement, la barre d'outils est masquée, pour l'afficher, positionnez le pointeur de la souris en haut de l'écran.
- Pour mettre fin à la vidéo, cliquez sur le bouton **Arrêter**. Le cadre de la vidéo réalisée apparaît sur la diapositive.





4.1.4. Lire une vidéo

Cette technique permet de lire la vidéo directement dans la diapositive sans lancer le diaporama.




- Sélectionnez la vidéo puis, si besoin, activez l'onglet **Format** ou **Lecture**.
- Cliquez sur le bouton **Lecture** du groupe **Aperçu** ou celui de la barre de lecture située en dessous de la vidéo. S'il s'agit d'un clip vidéo d'un site web, vous pouvez double cliquer sur la vidéo et cliquer sur le bouton de lecture qui apparaît au centre du cadre.

4.1.5. Modifier la taille du cadre d'une vidéo

Manuellement

- Sélectionnez la vidéo et faites glisser les poignées de sélection dans le sens désiré. Pour éviter de déformer les images, utilisez les poignées de coin.

Précisément

- Sélectionnez la vidéo et, si besoin, activez l'onglet **Format**.
- Précisez la hauteur et la largeur du cadre dans les zones **Hauteur**  et **Largeur**  du groupe **Taille** ou cliquez sur le Lanceur de boîte de dialogue  de ce groupe (cf. Gestion des objets - Dimensionner des objets).

4.1.6. Modifier l'image d'une vidéo

Par défaut, il s'agit de la première image de la vidéo, cette image peut être remplacée par n'importe quelle autre image.

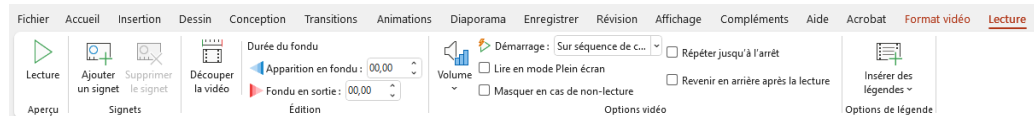
- Sélectionnez la vidéo puis, si besoin, activez l'onglet **Format**.
- Cliquez sur le bouton **Image initiale** du groupe **Ajuster** et sélectionnez l'option **Image du fichier**.
- Recherchez et double cliquez sur le nom du fichier image souhaité.





4.1.7. Modifier les caractéristiques de lecture d'un objet vidéo

- Sélectionnez l'objet graphique représentatif de la vidéo à modifier.
- Activez, si besoin, l'onglet **Lecture**.
- Si cet onglet n'est pas accessible, cela signifie que les caractéristiques de l'objet vidéo ne peuvent être modifiées (ce qui est le cas pour des cliparts animés).



- Pour modifier le volume du son de la vidéo, cliquez sur le bouton **Volume** du groupe **Options vidéo** et choisissez l'option **Faible, Moyen, Fort** ou **Muet**.
- Pour modifier le type de lancement de la vidéo, ouvrez la liste associée à l'option **Démarrage** du groupe **Options vidéo** et choisissez l'option **Automatiquement** ou **Au clic**.
- Activez l'option **Masquer en cas de non-lecture** si vous voulez que l'objet graphique représentatif de la vidéo ne soit pas visible en dehors de son exécution (lors du diaporama).
- Activez l'option **Lire en mode Plein écran** pour visualiser la vidéo sur l'écran en entier lors de son exécution (pendant le diaporama). Il suffira alors d'appuyer sur la touche **Echap** pour revenir en écran normal pour la lecture de la vidéo.
- Activez l'option **Répéter jusqu'à l'arrêt** pour répéter la lecture de la vidéo jusqu'à la diapositive ou l'animation suivante.
- Activez l'option **Revenir en arrière après la lecture** pour rembobiner la vidéo à la fin de sa lecture. Lorsque l'option est active et si, lors du diaporama, vous interrompez sa lecture puis vous la relancez, la lecture recommencera depuis le début ; sinon, la vidéo reprendra à l'endroit où elle a été interrompue.
- Pour appliquer un effet de fondu au début et/ou à la fin de la vidéo, précisez, en nombre de secondes, la durée de l'effet dans les zones des options **Apparition en fondu** et **Fondu en sortie** du groupe **Édition**.





4.2. Les options multimédia


4.2.1. Afficher/masquer les contrôles de lecture d'un clip audio ou vidéo

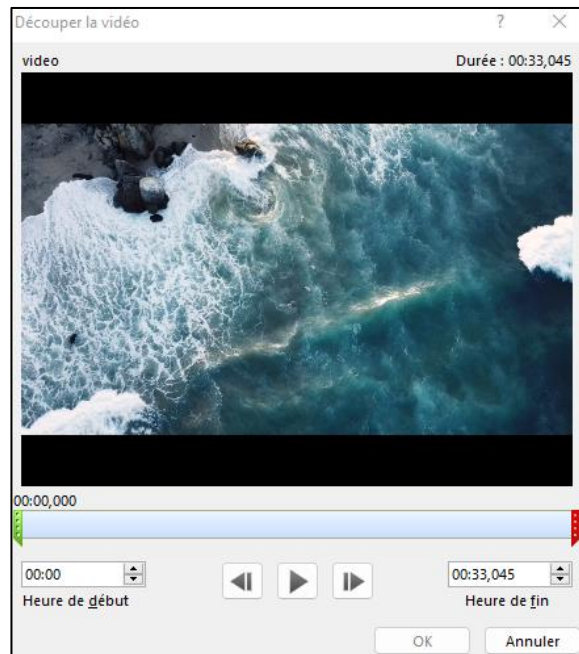
Cette technique permet de masquer ou d'afficher les contrôles de lecture situés sous le clip audio ou vidéo lors de la diffusion du diaporama.



- Sélectionnez l'élément graphique représentant le clip vidéo ou audio.
- Activez l'onglet **Diaporama**, cochez ou décochez l'option **Afficher les contrôles multimédias** du groupe **Configuration**.

4.2.2. Découper un clip audio ou vidéo

Cette technique permet de supprimer une partie (au début et/ou à la fin) du clip afin de n'en conserver qu'un extrait.

- Sélectionnez l'élément graphique représentant le clip vidéo ou audio.
- Activez l'onglet **Lecture**.
- Cliquez sur le bouton **Découper l'audio** ou **Découper la vidéo** du groupe **Édition**.
- Si besoin, lancez la lecture du clip en cliquant sur le bouton .
- Pour définir l'extrait du clip à conserver, précisez une valeur dans les zones **Heure de début** et **Heure de fin** ou déplacez les curseurs situés sur la barre de lecture pour délimiter le début (curseur vert) et la fin (curseur rouge) de la séquence.



- La durée totale s'affiche dans la partie supérieure de la boîte de dialogue. Les boutons  et  permettent de se déplacer de plage de lecture en plage de lecture (ou d'image en image).
- Cliquez sur **OK**.





4.2.3. Ajouter/supprimer des signets

L'ajout de signets sur un clip audio ou vidéo permet non seulement de pouvoir retrouver rapidement et facilement un point donné d'un clip mais également d'associer un objet animé à partir de ce point.

Ajouter des signets

- Sélectionnez l'élément graphique représentant le clip vidéo ou audio.
- Activez l'onglet **Lecture**.
- Lancez la lecture du clip en cliquant sur le bouton **Lecture** du groupe **Aperçu** ou en cliquant sur ▶ dans la barre de contrôle située sous l'élément graphique.
- Cliquez ensuite sur le bouton **Ajouter un signet** du groupe **Signets** à chaque fois que vous souhaitez créer un point de référence.
- Il est possible d'ajouter plusieurs signets à un clip audio ou vidéo. Les signets sont représentés sous forme de points jaunes ou blancs sur la barre de lecture du clip (ici, quatre signets ont été insérés).

Supprimer un signet

- Sélectionnez l'élément graphique représentant le clip vidéo ou audio.
- Activez l'onglet **Lecture** ou l'onglet.
- Dans la barre de lecture du clip, pointez le signet à supprimer.
- Cliquez sur le symbole du signet dans la barre de lecture pour le sélectionner puis sur le bouton **Supprimer le signet** du groupe **Signets**.

4.2.4. Compresser un clip audio ou vidéo

- Ouvrez la présentation dans laquelle vous souhaitez compresser les clips audio et/ou vidéo à compresser.
- Cliquez sur l'onglet **Fichier** puis, si besoin, sur l'option **Informations**.
- Dans le volet central, cliquez sur le bouton **Compresser le média**.

The screenshot shows the 'Informations' pane in PowerPoint with a sidebar on the left containing options like 'Enregistrer', 'Imprimer', and 'Partager'. The main area contains four sections:

- Optimiser la compatibilité du média**: Avez-vous l'intention de réaliser cette présentation sur un autre ordinateur ? L'optimisation de la compatibilité des éléments multimédias permet d'améliorer votre expérience. Les sous-titres incorporés et les pistes audio alternatives vont être supprimés.
 - 1 fichier multimédia peut être optimisé.
 - [À propos de la compatibilité des médias](#)
- Taille et performances du fichier multimédia**: Gagnez de l'espace disque et améliorez les performances de lecture en compressant vos fichiers multimédias. La compression peut affecter la qualité des éléments multimédias. Les sous-titres incorporés et les pistes audio alternatives vont être supprimés.
 - Les fichiers multimédias de cette présentation font 103 Mo.
 - [Autres façons d'améliorer les performances multimédias](#)
- Protéger la présentation**: Contrôlez les types de modifications que les utilisateurs peuvent apporter à cette présentation.
- Inspecter la présentation**: Avant de publier ce fichier, n'oubliez pas qu'il contient les informations suivantes :
 - Propriétés du document, propriétés de documents, informations sur le type de contenu et nom de l'auteur
 - Données XML personnalisées
 - Documents incorporés
 - Contenu que les personnes handicapées ne peuvent pas lire





