GUIDE PRATIQUE · COMMUNICATION SCIENTIFIQUE

Concevoir une affiche scientifique

Principes de design graphique, normes techniques et liste de vérification avant l'impression

À l'intention des étudiantes et étudiants · Édition 2026

UNE AFFICHE N'EST PAS UN ARTICLE AGRANDI.

C'est un **résumé visuel** qui doit attirer de loin, convaincre de près et, surtout, **lancer la conversation** avec vous.

Dans ce guide : philosophie · planification · format · grille · typographie · couleur · figures · contenu · présentation orale · liste de vérification

Sommaire

01	**Changer de posture**	L'affiche comme résumé visuel
02	**Planifier avant de dessiner**	Public, message, budget de mots, maquette
03	**Format et réglages techniques**	Dimensions, marges, logiciel, exportation
04	**Grille et mise en page**	Colonnes, sens de lecture, espace vide
05	**Typographie**	Polices, tailles, lisibilité
06	**Couleur et contraste**	Palette, accessibilité, arrière-plans
07	**Images et graphiques**	Résolution, formats, visualisation de données
08	**Le contenu, section par section**	Ce que chaque bloc doit accomplir
09	**Présenter son affiche**	Le pitch, l'attitude, l'évaluation
10	**Synthèse et liste de vérification**	À faire / à éviter et contrôle final

L'essentiel en chiffres

40 %
d'espace vide
Le vide guide l'œil et repose le lecteur.

≤ 500
mots au total
Idéalement 250 ou moins, hors références.

24 pt
minimum pour le corps
Viser 28 à 36 pt sur une affiche 36 × 48 po.

2
polices au maximum
Sans empattement, lisibles à distance.

3
couleurs principales
Plus les neutres : fond et texte.

300 ppi
pour les photos
À la taille réelle d'impression.

01

Changer de posture

Une affiche n'est pas un article collé sur un grand carton. C'est un outil de réseautage et un déclencheur de conversation : elle doit donner envie de s'arrêter, puis de vous parler.

Trois distances, trois lectures

3 s	30 s	5 min
à 5 mètres	**à 2 mètres**	**à 1 mètre**
Le titre et l'image principale font comprendre le sujet.	Les sous-titres et les figures livrent le message clé.	Le texte apporte le détail et la rigueur.

Ce que le visiteur doit retenir

Un visiteur pressé ne gardera que trois choses en tête. Tout le reste de l'affiche sert à soutenir ces trois éléments :

1. **Votre nom**, pour pouvoir vous retrouver.
2. **Votre sujet**, exprimé dans le titre.
3. **Votre résultat principal**, mis en évidence visuellement.

Moins, c'est mieux

- L'affiche est un **abstract visuel** : elle sacrifie l'exhaustivité au profit de la clarté.
- Si vous hésitez à inclure un graphique, **retirez-le**. Un graphique pertinent vaut mieux que huit graphiques complexes.
- Les détails que vous retirez ne sont pas perdus : vous les donnerez à l'oral ou par un code QR.
- La vulgarisation n'est pas une simplification abusive : c'est rendre l'information exacte accessible au public visé.

> **ASTUCE DE PRO**
>
> **L'approche « Better Poster ».** Une tendance récente en congrès consiste à placer au centre de l'affiche, en très gros caractères, le **message principal rédigé en langage clair** (une phrase), avec les détails techniques dans des colonnes latérales. Même si vous conservez une mise en page classique, inspirez-vous de ce principe : votre résultat doit sauter aux yeux.

02

Planifier avant de dessiner

La plupart des affiches ratées le sont avant même l'ouverture du logiciel. Clarifiez votre message et votre contenu sur papier d'abord : le design viendra ensuite servir ce message.

Les quatre étapes de préparation

1. **Définir le public.** Spécialistes de votre domaine, public multidisciplinaire ou jury ? Le niveau de langage et la complexité des graphiques en dépendent.
2. **Écrire le message principal en une phrase** (15 à 20 mots). Si vous n'y arrivez pas, votre affiche n'est pas encore prête à être dessinée.
3. **Rédiger, puis couper.** Écrivez d'abord dans un traitement de texte, puis réduisez : style télégraphique, phrases courtes, listes à puces plutôt que paragraphes.
4. **Faire une maquette (storyboard).** Esquissez la disposition sur une feuille lettre : emplacement des blocs, des figures, du titre. Vous verrez immédiatement ce qui manque ou déborde.

Le budget de mots

Une affiche se lit debout, souvent en quelques minutes. Visez **moins de 500 mots** au total (hors titre, auteurs et références); les affiches les plus efficaces en comptent souvent **250 ou moins**. Répartition indicative :

Section	Mots suggérés	Forme privilégiée
Introduction	50 à 80	2 ou 3 puces
Objectif / hypothèse	20 à 30	Une phrase mise en évidence
Méthodes	50 à 80	Schéma de flux annoté
Résultats	80 à 150	Figures avec titres-messages et légendes
Conclusion	40 à 60	3 points clés
Total visé	250 à 400	Maximum absolu : environ 500

Des titres qui disent quelque chose

Remplacez les titres génériques par des **titres-messages** qui énoncent la conclusion. Le lecteur comprend votre résultat sans lire le texte.

Titre générique	Titre-message
Résultats	La température accélère la croissance des levures jusqu'à 35 °C

Titre générique	Titre-message
Figure 2	Le traitement B réduit de 40 % le taux de germination
Étude de l'effet du pH sur…	Un pH acide inhibe l'activité de l'enzyme X

PIÈGE FRÉQUENT

Copier-coller son rapport. Transposer l'article ou le rapport de laboratoire tel quel produit un « mur de texte » que personne ne lit. Repartez du message principal et ne gardez que ce qui le soutient.

03

Format et réglages techniques

Réglez correctement le document dès le départ. Redimensionner une affiche en cours de route déforme les images, décale la grille et fait perdre des heures.

Dimensions courantes

Format	Dimensions	Usage typique
24 × 36 po	61 × 91 cm	Colloques étudiants, contexte collégial
36 × 48 po	91 × 122 cm	Standard des grands congrès nord-américains
A0	84,1 × 118,9 cm	Congrès européens et internationaux

- **Orientation :** le format paysage est le plus répandu, car il permet à plusieurs personnes de lire côte à côte. **Vérifiez toujours les consignes de l'organisateur** : certains événements exigent le portrait.
- **Créez le fichier à la taille finale** (ou à l'échelle exacte, par exemple 50 %, en ajustant toutes les tailles de police en conséquence).

Marges et espacements

Élément	Valeur recommandée	Pourquoi
Marge de sécurité (périmètre)	2 à 3 cm	Évite la coupe à l'impression et encadre l'affiche
Gouttière (entre colonnes)	1,5 à 2,5 cm	Empêche l'œil de sauter d'une colonne à l'autre
Marge interne des boîtes	0,5 à 1 cm	Le texte ne doit jamais toucher le bord d'un cadre

Réglages dans PowerPoint

- **Taille :** Création → Taille des diapositives → Taille personnalisée. À faire **avant** d'ajouter du contenu.
- **Repères :** Affichage → Repères (ou clic droit → Grille et repères) pour matérialiser vos colonnes et marges.
- **Calques :** Accueil → Sélectionner → Volet Sélection pour nommer, ordonner et verrouiller les éléments.
- **Alignement :** Forme → Aligner et Distribuer, plutôt que l'alignement « à l'œil ».

Exportation et impression

- **Exportez en PDF haute qualité.** Respectez la limite de poids de l'organisateur (souvent moins de 100 Mo).
- **Couleurs :** l'écran travaille en RVB, l'imprimante en CMJN. Si l'imprimeur l'exige, convertissez en CMJN et attendez-vous à des couleurs légèrement moins vives.
- **Papier mat** plutôt que glacé : les reflets des éclairages de salle nuisent à la lecture.
- **Imprimez une épreuve** en format lettre ou tabloïd avant l'impression finale pour vérifier lisibilité, marges et coquilles.

> **ASTUCE DE PRO**
>
> **Les autres outils.** PowerPoint suffit pour une excellente affiche. Selon votre niveau : Inkscape (gratuit) ou Illustrator pour le vectoriel; Scribus (gratuit) ou InDesign pour la mise en page; R/ggplot2 ou Python/matplotlib pour des graphiques exportés en vectoriel.

04

Grille et mise en page

La grille invisible est ce qui distingue une affiche professionnelle d'une affiche bricolée. Le lecteur ne doit jamais se demander où regarder ensuite.

Une structure en colonnes



Gabarit paysage en 3 colonnes. Les bandes blanches représentent les gouttières; la lecture suit l'ordre des numéros.

- Divisez l'espace en **3 ou 4 colonnes** de largeur égale (ou une colonne centrale plus large pour les résultats).
- **Sens de lecture :** de haut en bas dans chaque colonne, puis de gauche à droite. Numérotez les sections pour lever toute ambiguïté.
- **Tout doit être aligné sur quelque chose** : bords des colonnes, hauts des blocs, bases des figures.
- Donnez aux **résultats** la place centrale et la plus grande surface : c'est le cœur de l'affiche.

L'espace vide est un outil

- Laissez environ **40 % de la surface sans texte ni image**. L'espace vide réduit la charge cognitive et agit comme un projecteur sur ce qu'il entoure.
- **Séparez les sections par l'espace** plutôt que par des lignes ou des cadres partout : c'est plus élégant et plus lisible.
- Visez un équilibre d'environ **50 % de texte et 50 % de visuels**.
- **Équilibre visuel :** un graphique lourd d'un côté se compense par un bloc aéré ou une image de l'autre.

Les plans de lecture

Pensez votre affiche comme un empilement de trois couches :

1. **Arrière-plan** : neutre, il sert de fondation.
2. **Plan intermédiaire** : les boîtes et formes qui structurent les sections.

3 **Premier plan** : le texte, les graphiques et les icônes, qui doivent ressortir nettement.

> ASTUCE DE PRO
>
> **Le test du flou.** Reculez de 2 mètres et plissez les yeux. Si vous ne distinguez plus les grandes sections et l'ordre de lecture, votre hiérarchie visuelle est à revoir.

05

Typographie

La typographie doit être invisible : on doit voir le message, pas l'effort de lecture. Lisibilité à distance d'abord, esthétique ensuite.

Choisir ses polices

- **Sans empattement (sans serif)** pour la lecture à distance : Arial, Helvetica, Calibri, Open Sans, Roboto, Source Sans.
- **Deux polices au maximum**, ou une seule famille déclinée en gras et en régulier.
- **À éviter :** Times New Roman pour le texte courant, polices fantaisistes (Comic Sans, scriptes), italique sur de longs passages.

La hiérarchie des tailles

Valeurs pour une affiche **36 × 48 po**. Pour un format 24 × 36 po, réduisez d'environ 25 %, sans jamais descendre sous 24 pt pour le corps du texte.

Niveau	Taille	Lisible à	Remarque
Titre principal	85 à 110 pt	5 m	Gras, court, idéalement sur 1 ou 2 lignes
Sous-titres de section	48 à 72 pt	2 m	Environ 2 fois la taille du corps
Auteurs et affiliations	32 à 44 pt	2 m	Sous le titre, plus discret
Corps du texte	28 à 36 pt	1 m	Jamais moins de 24 pt
Légendes de figures	20 à 24 pt	1 m	Courtes et explicatives
Références, remerciements	16 à 18 pt	50 cm	Seule exception aux minimums

Les règles de lisibilité

- **Aligné à gauche**, jamais justifié : la justification crée des « rivières » de blanc irrégulières.

- **Interligne de 1,15 à 1,3** : l'œil ne saute plus accidentellement d'une ligne à l'autre.
- **10 à 12 mots par ligne** au maximum (45 à 75 caractères) : c'est ce que permettent les colonnes.
- **Pas de TOUT EN MAJUSCULES** pour les phrases complètes; réservez-les à des étiquettes très courtes.
- **Pas de soulignement** : utilisez le gras pour l'emphase, avec parcimonie.

SPÉCIFIQUE AUX SCIENCES

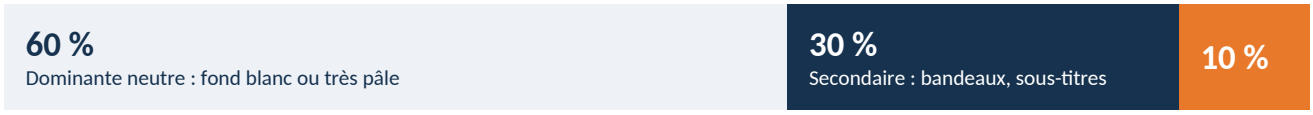
Conventions scientifiques. Les noms d'espèces et de gènes restent en italique (*Escherichia coli*), même sur une affiche. Utilisez les unités du SI, une espace entre le nombre et l'unité (25 mL, 37 °C) et une notation cohérente d'un graphique à l'autre.

06

Couleur et contraste

La couleur a une fonction : guider l'attention. Elle n'est jamais décorative. Une palette restreinte et un contraste élevé font plus pour la lisibilité que n'importe quel effet.

La règle 60-30-10



Le 10 % restant, la couleur d'accent, est réservé au résultat clé. Ce guide applique d'ailleurs cette répartition.

Construire sa palette

- **2 à 3 couleurs principales**, plus les neutres (fond et texte). Maximum 5 en comptant les nuances, graphiques compris.
- Schéma sûr : **2 ou 3 nuances d'une couleur primaire** (bleu foncé, bleu moyen), **une couleur d'accent vive** (orange, jaune, cyan) et un **texte gris foncé ou noir**.
- **Cohérence :** une même variable garde la même couleur dans tous les graphiques. Ne laissez jamais les couleurs par défaut d'Excel.

Contraste et accessibilité

- **Texte foncé sur fond clair** : l'option la plus lisible et la moins fatigante. Visez un rapport de contraste d'au moins **4,5:1** (vérifiable avec un outil comme WebAIM Contrast Checker).
- **Daltonisme :** environ 8 % des hommes ont une forme de daltonisme. Ne transmettez jamais une information par la seule distinction rouge/vert : ajoutez formes, motifs ou étiquettes directes.
- Préférez des palettes conçues pour être accessibles (viridis, Okabe-Ito) et testez avec un simulateur (Color Oracle, Coblis).

- **Combinaisons illisibles :** jaune sur blanc, rouge sur vert, bleu sur noir, dégradés violents sous du texte.

L'ennemi : le fond chargé

Une photo de cellules ou de paysage derrière le texte crée du « bruit » visuel : le cerveau doit séparer les lettres de l'image et décroche rapidement.

- **Fond uni et neutre**, toujours.
- Si une image de fond est indispensable : **voile blanc ou noir à environ 80 % d'opacité** ou **flou gaussien**, et texte placé dans des « îlots » de lecture (boîtes unies).
- **Ombre portée** : légère, diffuse et rare. Elle détache une boîte du fond; en excès, elle alourdit.

> ASTUCE DE PRO
>
> **Le test de la photocopie.** Imprimez votre affiche en noir et blanc sur une feuille lettre. Si un graphique devient indéchiffrable ou si un texte disparaît, le problème est le contraste, pas la couleur.

07

Images et graphiques

Une affiche est un média visuel : si vous pouvez le montrer, ne l'écrivez pas. Mais une image floue ou un graphique surchargé détruit instantanément la crédibilité d'une recherche.

L'image « hameçon »

Prévoyez **au moins un visuel fort** (photo, schéma central, illustration) qui attire l'œil de l'autre bout de la salle. Sans lui, l'affiche ressemble à un mur de texte gris.

La résolution

- Les photos doivent atteindre **300 ppi à la taille réelle d'impression** (150 ppi au strict minimum pour une très grande image vue de loin).
- Exemple : une image Web de 800 pixels imprimée sur 30 cm de large donne environ **68 ppi** : elle sera floue.
- Vérifiez toujours vos images **à 100 % de zoom** avant d'exporter.

Vectoriel ou matriciel ?

Type	Formats	À utiliser pour	Agrandissement
Vectoriel	SVG, PDF, EPS	Graphiques, schémas, logos, icônes	Infini, sans perte
Matriciel avec transparence	PNG	Logos sans fond, objets détourés	Limité par la résolution

Type	Formats	À utiliser pour	Agrandissement
Matriciel photo	JPEG, TIFF	Photographies complexes	Limité par la résolution
À éviter	Captures d'écran	Graphiques copiés du Web ou d'un logiciel	Pixellisation assurée

Les meilleurs outils dans PowerPoint

Outil	Modifiable	Sans perte	Idéal pour
Graphique natif (Insertion → Graphique)	✓	✓	Données chiffrées, modifiables via Excel intégré
Formes (Insertion → Formes)	✓	✓	Schémas de méthode, diagrammes sur mesure
Icônes SVG (Insertion → Icônes)	✓	✓	Pictogrammes; clic droit → Convertir en forme
SmartArt	✓	✓	Processus, hiérarchies (moins précis pour les données)
Image PNG / JPEG	×	×	Photos uniquement

SPÉCIFIQUE AUX SCIENCES

Importer vos graphiques d'analyse. Depuis R (ggsave), Python (savefig) ou Excel, exportez en **SVG ou PDF**, puis insérez le fichier dans PowerPoint. Un SVG peut être converti en formes pour modifier chaque élément (couleurs, épaisseurs) et l'harmoniser avec votre palette.

Épurer la visualisation de données

- **Maximiser l'encre utile** : retirez quadrillages superflus, cadres, fonds gris, effets 3D et ombres.
- **Étiquetez directement** les séries sur le graphique plutôt que dans une légende séparée.
- **Titre du graphique = message** (voir section 02). Les axes indiquent toujours la variable et l'unité.
- Précisez la nature des **barres d'erreur** (écart type ou erreur type), la taille d'échantillon (n) et le test statistique.
- **Chaque figure a une légende** brève mais explicative. Jamais de graphique orphelin.
- Un graphique en 2D clair vaut toujours mieux qu'un graphique 3D spectaculaire.

08

Le contenu, section par section

La structure classique d'une affiche suit la démarche scientifique. Chaque bloc a un rôle précis; s'il ne le remplit pas, il peut être raccourci ou supprimé.

Section	Rôle	Conseils
En-tête	Identifier le travail et ses auteurs	Titre-message, noms, affiliations, logos, courriel. Une photo de vous aide les visiteurs à vous repérer.
Introduction	Pourquoi cette recherche ?	Contexte en 2 ou 3 puces. Terminez par la lacune dans les connaissances.
Objectif	Ce que vous avez cherché	Une phrase, mise en évidence (encadré ou couleur d'accent).
Méthodes	Comment vous avez procédé	Schéma de flux plutôt que texte. Seulement les détails nécessaires à la compréhension.
Résultats	Ce que vous avez trouvé	Le cœur : plus grande surface, figures, titres-messages. Le résultat principal doit être visible à 2 m.
Conclusion	Ce qu'il faut retenir	3 points clés en puces. Implications et perspectives.
Références	Rigueur et crédibilité	En bas, 16 à 18 pt. Incluez remerciements et financement.
Code QR	Prolonger l'affiche	Vers l'article, les données ou une vidéo. Au moins 5 × 5 cm, testé avec plusieurs téléphones.

À RETENIR

Une seule question à vous poser pour chaque bloc : est-ce que cela aide le visiteur à comprendre ou à retenir mon résultat principal ? Si la réponse est non, coupez.

09

Présenter son affiche

L'affiche est un support; c'est vous, la présentation. Une affiche moyenne bien défendue marque davantage qu'une affiche superbe devant laquelle on reste muet.

Préparer son pitch

- **Version courte (environ 1 minute)** : le problème, ce que vous avez fait, votre résultat principal. Puis ouvrez la discussion.
- **Version longue (2 à 3 minutes)** pour les visiteurs intéressés ou le jury, en vous appuyant sur les figures.
- Anticipez **3 questions probables** (limites, suite du projet, choix méthodologiques) et préparez vos réponses.

L'attitude

- **Ne lisez pas votre affiche.** Pointez les figures, regardez les gens.
- Soyez dynamique, souriez, établissez le contact visuel. Posez une question d'ouverture : « Connaissez-vous ce phénomène ? »
- **Adaptez-vous à votre interlocuteur** : un spécialiste et un visiteur curieux n'attendent pas le même niveau de détail.

Ce qu'il faut apporter

- Des **copies réduites** de l'affiche (format lettre) et, au besoin, des cartes de visite.
- Un **tube rigide** pour le transport, et punaises ou bandes adhésives selon le support d'affichage.

Comment un jury évalue une affiche

Critère	Ce qui est observé
Information	Titre adéquat, contenu pertinent, vulgarisation réussie, rigueur scientifique
Présentation matérielle	Esthétique, hiérarchie visuelle, contraste, qualité des images et graphiques
Communication orale	Adaptation au public, clarté de la démonstration, qualité des réponses aux questions

10

Synthèse et liste de vérification

Les règles essentielles en un coup d'œil, puis la liste à cocher avant d'envoyer votre fichier à l'impression.

À faire / À éviter

✓ À FAIRE	× À ÉVITER
✓ Un titre-message court, lisible à 5 m	× Un titre long et générique (« Étude de… »)
✓ Une grille de 3 ou 4 colonnes, tout aligné	× Des blocs placés « à l'œil »
✓ 40 % d'espace vide	× Remplir chaque centimètre carré
✓ Listes à puces, phrases courtes	× Paragraphes copiés du rapport
✓ Sans serif, 2 polices maximum	× Times New Roman, polices fantaisistes
✓ Corps de texte de 28 à 36 pt	× Texte sous 24 pt
✓ Aligné à gauche	× Texte justifié ou tout en majuscules
✓ Fond uni, texte foncé sur clair	× Photo ou dégradé derrière le texte
✓ 3 couleurs, un accent pour le résultat clé	× Arc-en-ciel et couleurs par défaut d'Excel
✓ Graphiques vectoriels épurés, étiquettes directes	× Captures d'écran, effets 3D, quadrillages
✓ Formes ou motifs en plus de la couleur	× Information portée seulement par rouge/vert
✓ Une légende pour chaque figure	× Graphique orphelin

Six tests rapides avant d'imprimer

Bras **Le test du bras** Tout est lisible à bout de bras (environ 1 m).	**3 s** **Le test des 3 secondes** Titre et image suffisent à saisir le sujet.	**Flou** **Le test du flou** À 2 m, yeux plissés, les sections se distinguent.
N&B **Le test de la photocopie** Tout reste lisible en noir et blanc.	**40 %** **Le test du vide** L'affiche respire; rien ne touche les bords.	**2 yeux** **Le test de la relecture** Une autre personne a relu chaque mot.

Liste de vérification finale

Cochez chaque élément avant d'envoyer votre fichier. Dans Word, les cases sont cliquables; sur papier, cochez-les au crayon.

01 CONTENU ET MESSAGE

- ☐ Le public cible est défini et le niveau de langage y est adapté.
- ☐ Le message principal tient en une phrase et ressort visuellement.
- ☐ Le total est inférieur à 500 mots (idéalement 250), hors références.
- ☐ Le texte est en style télégraphique : puces, phrases courtes.
- ☐ Les titres de résultats et de figures sont des titres-messages.
- ☐ En-tête complet : titre, auteurs, affiliations, logos, courriel (et photo).
- ☐ Les références et remerciements sont présents, en bas de l'affiche.

02 FORMAT ET MISE EN PAGE

- ☐ Les dimensions et l'orientation respectent les consignes de l'organisateur.
- ☐ Une grille de 3 ou 4 colonnes structure l'affiche; tout y est aligné.
- ☐ L'ordre de lecture est évident (haut en bas, gauche à droite, sections numérotées).
- ☐ Environ 40 % de l'affiche est vide; l'équilibre texte/visuels est d'environ 50/50.
- ☐ Marge de sécurité de 2 à 3 cm; aucun texte ne touche le bord d'une boîte.
- ☐ Les résultats occupent la place centrale et la plus grande surface.

03 TYPOGRAPHIE

- ☐ Police sans empattement; 2 polices au maximum.
- ☐ Titre de 85 à 110 pt, sous-titres de 48 à 72 pt (format 36 × 48 po).
- ☐ Corps du texte de 28 à 36 pt, jamais sous 24 pt.
- ☐ Texte aligné à gauche, interligne de 1,15 à 1,3, pas de justification.
- ☐ Pas de phrases en majuscules ni de soulignement; le gras sert à l'emphase.

04 COULEUR ET CONTRASTE

- ☐ Palette de 3 couleurs principales (5 au maximum avec les nuances).
- ☐ La couleur d'accent est réservée au résultat ou à la donnée clé.
- ☐ Contraste élevé : texte foncé sur fond clair, fond uni sans photo.
- ☐ L'information ne repose jamais uniquement sur la distinction rouge/vert.
- ☐ Une même variable garde la même couleur dans tous les graphiques.

05 IMAGES ET GRAPHIQUES

- ☐ Au moins une image « hameçon » attire l'attention de loin.
- ☐ Les photos sont à 300 ppi à la taille d'impression et nettes à 100 % de zoom.
- ☐ Graphiques, logos et schémas sont vectoriels (SVG, PDF, EPS ou natifs).
- ☐ Les graphiques sont épurés : pas de 3D, de quadrillage superflu ni de cadre.
- ☐ Chaque figure a une légende; axes et unités sont indiqués; n et barres d'erreur sont précisés.

06 VÉRIFICATION ET IMPRESSION

- ☐ Le texte a été relu par une autre personne : zéro coquille.
- ☐ Une épreuve réduite a été imprimée et les six tests rapides sont réussis.
- ☐ Le code QR fonctionne avec plusieurs téléphones.
- ☐ Le fichier est exporté en PDF haute qualité, sous la limite de poids exigée.
- ☐ Le mode colorimétrique (RVB ou CMJN) correspond aux exigences de l'imprimeur.

07 PRÉSENTATION ORALE

- ☐ Le pitch d'une minute est prêt, ainsi qu'une version de 2 à 3 minutes.
- ☐ Trois questions probables ont été anticipées.
- ☐ Copies réduites, tube de transport et matériel de fixation sont prêts.

Vérifiée par : _____ Date : _____