



La boîte à astuces pour créer vos visuels

Formation organisée par l'organisme de formation CGM06,
Centre de Gestion Multiprofessions des Alpes-Maritimes

Les jeudis 22 octobre, 12 novembre et 10 décembre 2026, de 9h à 12h30
Au CGM06 et en salle virtuelle, avec Flora Smile



Ce que vous saurez faire à la fin

Réaliser des visuels sur Canva.com.

Travailler avec les outils avancés de création.

Planifier et exporter vos designs selon vos actions de communication.

Créer une vidéo de présentation ou une Story vidéo avec une application mobile.



Le parcours en trois demi-journées

1 22 octobre : créer des visuels pros en partant de zéro

Interface, premier visuel pour un besoin concret, sauvegarde et export

2 12 novembre : construire son identité visuelle

Kit de marque, bannière, vignette ou fiche, bibliothèque de modèles

3 10 décembre : créer une vidéo courte

Storyboard express, montage, musique, export

Matériel : venir avec son PC et son smartphone.



Créer des visuels pros en partant de zéro

Tour de l'**interface** et des nouveautés de Canva.

Créer un **premier visuel** à partir d'un besoin concret : post LinkedIn, flyer ou présentation d'offre.

Sauvegarde, export et outils de base, version mobile incluse.



Les quatre piliers du bon design

Proximité : regrouper ce qui va ensemble.

Alignement : aligner les éléments, ne rien placer au hasard.

Répétition : reprendre mêmes couleurs, polices et formes.

Contraste : rendre très différent ce qui n'a pas la même fonction.

D'après Robin Williams, The Non-Designer's Design Book, Peachpit Press, 4e édition, 2014.



Un bon brief visuel tient en sept lignes

Objectif	Ce que le visuel doit obtenir.
Cible	À qui il s'adresse.
Message	Une seule idée, en une phrase.
Format	Où il sera vu.
Identité	Logo, couleurs et polices de la fiche.
Contenu	Texte court et image.
Action	Ce que la personne doit faire ensuite.



Publication, flyer ou présentation d'offre

Choisir le **format prédéfini** et partir d'un modèle.

Modifier les textes et les images du modèle sans ajouter de zones de texte : son équilibre a été pensé par son concepteur.

Pour une offre : l'**offre** et le **bénéfice** d'abord, des preuves réelles seulement.

Relire sur l'**écran d'un téléphone**.



Construire son kit de marque

Logo	Le fichier à utiliser sur fond clair et sur fond foncé.
Couleurs	Deux ou trois couleurs principales, avec les codes si vous les avez.
Polices	Une pour les titres, une pour le texte.
Ton	Par exemple direct, chaleureux ou expert.
À éviter	Couleurs, styles ou mots à ne pas utiliser.

À vérifier selon votre abonnement : d'après l'aide française de Canva, créer une identité visuelle d'équipe demande un abonnement payant.



Bannière, vignette ou fiche, et bibliothèque de modèles

Créer une **bannière LinkedIn**, une **vignette de newsletter** ou une **fiche de service** avec le kit de marque.

Garder une **copie** du design comme modèle et la nommer clairement.

Ranger les modèles dans un **dossier** : offres, annonces, contenus clients ou prospects.



Dix outils d'IA de Canva

1. Effacer l'arrière-plan (couronne)
2. Gomme magique (couronne)
3. Édition magique (couronne)
4. Capture magique (couronne)
5. Agrandissement magique (couronne)
6. Média magique (du texte à l'image)
7. Écriture magique
8. Design magique
9. Traduire
10. Synchroniser maintenant (couronne)

Couronne dans l'interface de Canva : outil réservé aux comptes Canva payants. Contrôlez votre abonnement avant la séance. Réserve d'IA d'après l'aide de Canva (9 octobre 2026) : compte gratuit ou Pro Lite, 20 utilisations par mois maximum, partagées entre outils Standard et Premium. Le détail, les limites et les sources sont sur la page Astuces de votre espace. Vérifiez chaque résultat avant de publier.



Créer une vidéo courte

Un **storyboard express** : l'accroche, l'idée, l'action.

Du **texte à l'écran** pour que le message passe sans le son.

Vérifier les droits de la musique et des images.

Exporter pour les réseaux sociaux, le mail ou le site, puis regarder la vidéo en entier sur un téléphone.



Avant de publier : les droits d'utilisation

D'après le contrat de licence de contenu de Canva, la plupart des contenus gratuits et Pro peuvent servir dans des supports d'entreprise. Les limites : taille plafonnée pour l'usage en ligne du contenu Pro, pas de revente d'un élément seul, pas d'usage dans une marque ou un nom commercial, contenus « Branded » et « Education » réservés à un usage personnel ou non commercial, et aucun droit sur les logos ou marques visibles dans un contenu.

Seul le texte du contrat fait foi. Page consultée le 9 octobre 2026.



Pour aller plus loin

Retrouvez tout sur votre espace participants

cgm06-canva.florasmile.fr : supports, exercices et ressources.

Sources Canva, pages consultées le 9 octobre 2026 :

Canva Design School : canva.com/designschool

Aide Canva, l'identité visuelle : canva.com/fr_fr/help/brand-kit

Outils d'IA : pages d'aide Canva, voir la page Astuces du site

Contrat de licence de contenu : canva.com/policies/content-license-agreement

Une question ? Flora Smile, 06 17 99 85 79, WhatsApp,
Instagram ou LinkedIn