Photographie

Le style photo

Nos images montrent de vrais moments de travail dans le commerce : naturels, chaleureux, non posés, avec sourire et bienveillance.

1. Personnes photographiées dans un environnement réel (magasin, entrepôt, bureau, atelier) qui donne du contexte.
2. Cadrage serré sur la personne.
3. Lumière naturelle.










Photothèque et droits

D'autres images peuvent être utilisées tant qu'elles respectent la charte. Le crédit photo est systématique quand il est dû, et les autorisations de droit à l'image sont conservées.

Texte sur photo

- Calque bleu ou violet sous le titre.
- Titre blanc avec un contraste de 4,5:1 minimum.
- Pas de texte sur une zone chargée ou claire.
- Export JPEG, 150 dpi minimum pour l'impression.

Les personnes d'abord, dans leur diversité

Chaque visuel montre des personnes, sauf si le message demande autre chose. Il reflète la diversité des équipes du commerce :

- Genre : une représentation équilibrée
- Âges : tous les âges, y compris les salariés expérimentés
- Origines : en cohérence avec les territoires
- Handicap et morphologies variées
- Environnements : magasins, entrepôts, bureaux, télétravail



Photos de collaborateurs et de témoins

Les portraits des articles témoignages sont retravaillés. Les photos qu'on nous envoie sont souvent coupées, de mauvaise qualité, mal éclairées ou mal prises : elles sont inutilisables telles quelles.

Pour obtenir une photo exploitable, demander :

- un cadrage entier : la tête et les épaules, rien de coupé ;
- une photo nette, en haute définition ;
- un visage bien éclairé, de préférence à la lumière du jour ;
- une photo bien prise : de face, appareil droit.

Pour toute photo : autorisation de droit à l'image signée et conservée, crédit photo si dû.



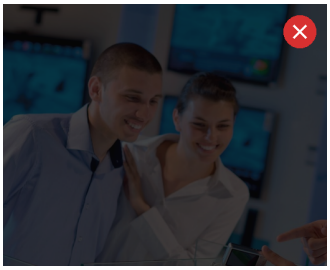
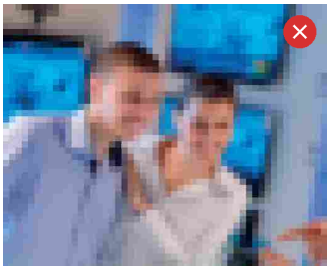
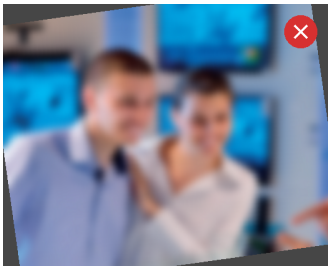



Portraits retravaillés pour un article témoignage.

Ces photos sont volontairement larges (format paysage) : l'espace libre à côté du visage permet de placer un titre ou une citation à côté du portrait. Garder ce cadrage large pour les portraits des articles témoignages.

Photos à éviter

Ce que nous recevons le plus souvent :

Visage coupé | **Mal éclairée** | **Basse qualité** | **Mal prise**

- Pas de visage ou de corps coupé.
- Pas de photo sombre, à contre-jour ou sans éclairage.
- Pas de photo floue, pixelisée ou de basse qualité.
- Pas de photo de banque d'images trop posée ou clichée.

À FAIRE

- Choisir des personnes réelles, non posées, dans leur environnement de travail
- Refléter la diversité des équipes du commerce
- Placer un calque bleu ou violet sous un titre sur photo

À ÉVITER

- Utiliser une photo dont les droits ne sont pas acquittés
- Choisir une image sombre, coupée, floue, posée ou stéréotypée
- Poser du texte sur une zone chargée ou claire
- Employer une image sans personne quand le message parle de personnes