

>> PROGRAMME DÉTAILLÉ DE CHAÎNE GRAPHIQUE ET TECHNIQUES DE FABRICATION - 10 Octobre 2022

Module de formation intégré à des cursus complets proposés par des établissements d'enseignement supérieur tels que PPA (Paris Pôle Alternance) - Groupe GES / Sup de com - Groupe IDRAC

>> Pour des classes de Bachelor (de la 1ère à la 3ème année) et Mastère Communication & Marketing

>> Liens sur les référentiels RNCP (Registre National des Certifications Professionnelles)

- **Chargé de communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34813/>

- **Responsable de communication** :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34574/>

- **Manager de la communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35249/>

- **Chef de projet en communication** :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34352/>

- **Directeur artistique en communication visuelle et multimédia** :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36386/>

- **Chargé de marketing et promotion** :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34581/>

- **Manager de la communication et du marketing** :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34492/>

- **Manager marketing et communication (MS)** :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36017/>

- **Manager de la communication et du marketing digital** :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34577/>

Conditions d'accès : Passage en 1ère Année sur concours : dossier, tests et entretien / Passage en 2ème Année depuis la 1ère Année ou concours : dossier, tests et entretien / Passage en 3ème Année depuis la 2ème Année ou concours : dossier, tests et entretien / Passage en 4ème Année depuis la 3ème Année ou concours : dossier, tests et entretien / Passage en 5ème Année depuis la 4ème Année

Pré-requis : Bac, Bac + 1, Bac + 2, Bac + 3, Bac + 4 validés à 60 ECTS en Marketing/Commerce/Communication

Volume horaire : 20 à 30 heures par groupe d'étudiants

Tarifs : De 1600 € à 2400 € en fonction du volume horaire

Modalités d'évaluation : Contrôle continu sur des sujets proposés au fil du module et un examen final de 2 heures sur un sujet dédié.

Modalités d'accès pour les personnes en situation de handicap :

Visitez le site de l'AGEFIPH : <https://www.agefiph.fr/>

Soucieux de promouvoir et développer des formations à destination des personnes en situation de handicap, notre établissement s'engage dans cette démarche :

Tous les campus dans lesquels nous intervenons sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Tous les campus dans lesquels nous intervenons proposent des dispositifs adaptés aux personnes ayant un handicap.

Un référent Handicap est nommé dans chaque campus pour mieux accompagner les apprenants en amont, pendant et après la formation.

Une « Charte de progrès pour l'accueil des personnes en situation de handicap » a été créée et diffusée sur tous les campus des établissements dans lesquels nous intervenons et dans le nôtre afin de sensibiliser tous les membres des différents réseaux et les apprenants.

Débouchés métier : Directeur de la communication, Responsable de la communication interne, Responsable de la communication externe, Chef de projet événementiel, Chef de pub, Influenceur / influenceuse, Assistant de communication, Directeur de clientèle, Média planneur, Chef de projet, Chargés de relations publics, Chargé de communication, Planneur stratégique, Responsable des partenariats, Community Manager, Concepteur rédacteur, Directeur de la création, Directeur artistique.

>> Réalisation de cahiers des charges pour la réalisation et la fabrication de supports, d'infographies variées.

- Chaque notion abordée est illustrée par des anecdotes, des visuels, des références clés et autres informations bibliographiques
- Des études de cas concrets seront réalisées au fil de l'année, afin de permettre aux étudiants de gérer la fabrication des solutions développées au travers de leur projet professionnel
- ... Analyses régulières de visuels et de supports (Approches plastiques et techniques)

INTRODUCTION :

> Le technicien de fabrication :

- Gestion de la fabrication des solutions de communication
- Rédaction des cahiers des charges techniques
- Entretien des relations techniques avec les prestataires et acteurs du projet de communication
- Établir un devis précis

- > **Le cahier des charges** : un outil de gestion et de suivi
 - Fonction
 - Forme
 - Utilisation

1/ LES SUPPORTS DE COMMUNICATION ou de TRANSMISSION

- > Créer de la notoriété, lancer un produit, renforcer une campagne publicitaire, diffuser des contenus pédagogiques et culturels
- > Objectif des supports de transmission : Permettre la mémorisation des messages
- > Utilisation / Diffusion / Achats d'espaces

- > La presse
- > L'affichage
- > La correspondance
- > La radio
- > La television
- > Le cinema
- > Internet (world wide web)
- > E--mailing et newsletter
- > Les réseaux sociaux
- > La vidéo et le web
- > La communication evenementielle

> LE LIVRE

- > **Le Livre comme outil de diffusion du savoir**
- > **Le Livre, un repère historique, un objet de culte**
- > **Le Livre et sentiment d'appartenance**
- > **Le Livre, Un objet de création**
- > **Le Livre : Contenu / Contenant**
- > **Hiérarchisation des informations / Sens de Lecture et unité de lecture**
- > **Les invariants visuels repérables** : créateurs de cohérence, d'équilibre et de sens
- > **Singularités plastiques et sémantiques**, liens avec l'histoire de l'art, concevoir et créer des formes, des objets en vue de signifier.
- > **Présenter un projet** :
 - > Création d'une esthétique singulière en lien avec le contenu et le public visé
 - > Choix des matériaux à utiliser pour réaliser cet objet de création
 - > Le façonnage, La reliure, la pique à cheval, le dos carré collé

> LE PACKAGING

- > **Fonction et raison d'être, typologie, distribution**
- > **Support de création : image de marque/univers produits (iconographie/cible)**
- > **Support de transmission : fonctionnalité, visibilité et distribution**
- > **Direction artistique**
 - Esthétique et unité
 - Publics visés
- > **Techniques d'impression liées à ce média**
 - Procédés, finitions et façonnage
 - Choix des matériaux

2/ LA CHAÎNE GRAPHIQUE

> **Glossaire** : vocable de la chaîne graphique
(Prépresse – presse --- finition et façonnage – distribution – diffusion)

> Les différents acteurs, leur rôle

> *Le prépresse*

>> **Le brief** : Client/Cible/Objectif de communication/tonalité/Promesse (voir le plan créatif en communication visuelle)

>> **Conception/création > Accords**

>> Rédaction des textes > bon à composer > composition et mise en page

>> Recherche iconographique > illustration > choix > crédit photo

> Traitement de l'image

>> Réalisation des documents d'exécution > relecture et corrections des documents > BAG

>> Photogravure > cromalins > validation > imprimeur > montage en imposition > traceur (ozalid) > BAT

>> *PAO, Publication assistée par ordinateur*

--- Application (Utilités / fonctionnalités / Possibilités)

--- Fonctions principales

--- Outils principaux

--- Formats / Résolution / Extensions / Compression / Modes colorimétriques

--- Prise de notes (Création d'un tutorial développé en parallèle avec les exercices pratiques)

--- **PHOTOSHOP**

--- Théorie : Compositions et retouches photographiques

--- **ILLUSTRATOR / FONTLAB**

--- Théorie : Typographie / Illustrations vectorielles/ Mise en page

--- Théorie : création d'une police de caractère

--- **INDESIGN**

--- Théorie : Mise en page textes et utilisation des Images / Réalisation de produits imprimés

>> Préparation des fichiers en vue de produire un produit imprimé

- Résolution des images pixellisées
- Modes et profils colorimétriques
- Aplatissement des transparences
- Gestion des polices de caractères
- Gestion des bords perdus
- Formats de fichiers

>> Travail et gestion des couleurs

> Les modes colorimétriques:

- RVB (diffraction de la lumière et spectre) / TSL
- CMJN (La quadrichromie et les tons indirects)
- Tons directs et indirects (CMJN / Système Pantone)
- ... L'hexachromie
- Surimpression, repiquage et défonce
- PAO et nuanciers

> Le cercle Chromatique – Un outil efficace

> La Couleur et ses symboliques

> Typographie, accords de tons, hiérarchie et signification

3/L'IMPRIMERIE

>> *Choix d'un imprimeur, Veille opérationnelle (sources et systèmes d'informations)*

>> *Les différents systèmes de transferts et de sauvegardes des fichiers informatiques*

-- Typologie des produits à imprimés (Voir « Exaprint » le catalogue)

>> Plaquettes --- cartes --- chemises --- papier en-tête --- affiches --- magazine --- livre --- amalgame --- kakémono – dérouleur – textiles – objets divers – sacs --- packaging

-- Typologie des procédés d'impression (Historique / Techniques/produits)

- >> **Disque de Phaïstos** (Tampographie et production en série)
- >> **Xylographie** : gravure et bois
- >> **Typographie** : le caractère mobile en plomb et la presse à imprimer
- >> **Offset et rotative** : Plaques offset
 - .. La similigravure : tramer une image
 - .. La photogravure et le Ctp (Computer to plate)
 - .. Le direct imaging
 - Principes mécaniques et chimiques (Principe de répulsion des corps gras et de l'eau)
 - .. Offset waterless
 - .. Le CMJN et la quadrichromie
 - .. L'hexachromie
 - .. Tons directs / indirects
 - .. Les encres et les vernis
- >> **Héliogravure** : la presse à grande échelle, la forme imprimante en creux (Voir le Cours de technologie en industrie graphique)
- >> **Flexographie, Sérigraphie** (industrie du textile/pop art)

1 -- **Les Supports d'impression** (Voir « Exaprint » le catalogue)

>> **Les Papiers et les cartons**

- **Historique** (papyrus/chine/antiquité/renaissance, la révolution industrielle la machine à papier)
- **Fabrication** (fibre cellulosique, tissus, eau, tamis et presse)
- **Typologie** des papiers et des cartons
 - >> Nature
 - >> Grammage selon l'utilisation, brillance, rugosité, épaisseur
 - >> Le couchage
 - >> Utilisation & Coûts
- **Le papier recyclé**

>> **Bâches plastiques, tissus, PVC**

>> **Le support et le procédé sont intimement liés, le choix de l'un se décide en fonction de l'autre**

- Les quantités
- Les Formats (ouvert/fermé)
- Colorimétrie (quadrichromie/hexachromie) – Les Encres
- Faces imprimés du support (Recto/verso)
- Finitions (vernis, Pelliculage, gaufrage, encapsulage)

- **Le Façonnage des produits imprimés (Massicot, rainage, pliage, assemblages)**
- **Conditionnement / Livraison / Distribution**

>> Échantillons d'imprimés (toucher, sentir et distinguer)

4/ LE MULTIMEDIA

> Une toile d'araignée : Un réseau électronique mondiale

> Historique

- Conception militaire et circulation des informations
- Système de Messagerie et université
- La communauté scientifique et un système d'informations décentralisé
- La publicité en réseau
- Moteurs de recherche
- web 1.0 (information) et Web 2.0 (Communauté et interaction)

> Audience (Importance du public)

- Instruments de mesure : Outils statistiques
- Evolution du profil des internautes
- Accessibilité de l'équipement informatique pour les ménages

> Différents services

- Service de messagerie
- Service d'informations
- Service de Forum
- Service de Commerce électronique

> Les réseaux sociaux

- Avantages/inconvénients
- Principes du réseau : Facebook, Twitter, Myspace, youtube, dailymotion

> Gestion des flux RSS

- Définition
- Utilisation

> L'e--publicité (voir Glossaires : Vocabulaire technique)

- Formats publicitaires : le Richmedia, la publicité classique (Display)
- > *Bannière / Pop-up / Interstitiel / Flash / Pavé article / Billboard / Habillage de pages*

> Le référencement

- Naturel (Les liens sponsorisés, les liens en durs, l'architecture du

- site, titres et noms de fichier)
- Sponsorisés ou promotionnels
- Les Mots-clés

> **Achats d'espaces publicitaires**

- Modes d'achat d'encarts publicitaires (impression / performance)
- Campagne Adwords et achats mots-clés
- Tarification

> **Classification des différents annonceurs**

- Sites Corporates et institutionnels
- Sites publicitaires et vitrines
- Sites évènementiels et promotionnels

> **Protection des données : La CNIL** (Commission nationale de l'informatique et des libertés : L'informatique doit respecter l'identité humaine.)

> **Création d'un site WEB**

- Introduction au web (Langages HTML / CSS / PHP / SQL / FLASH/Javascript/xml)
- Site statique et site dynamique et bases de données
- Mise en forme et développement, moyen de diffusion :
 - >> Intégration : identité visuelle, image de marque, vidéos (virales), photos, illustrations, mises en page diverses, encarts publicitaires, documents PDF téléchargeables et Présentation Powerpoint

> **DREAMWEAVER**

- Théorie : Création d'une page d'accueil pour un site web (html / css)
- Application (Utilités / fonctionnalités / Possibilités)
- Fonctions principales
- Outils principaux
- Formats / Résolution / Extensions / Compression / Modes colorimétriques

- Prise de notes (Création d'un tutorial développé en parallèle avec les exercices pratiques)
- Exercice Pratique (Sujet 1 / PAO)

> **Intranet / Internet**

> **Utilisation du Média**

- Démontrer et argumenter : La publicité
- Informer et divertir : reportage, actualité, films divers
- Choix des chaînes de diffusion et tranches horaires selon le contenu

- La stratégie bi-média
- Qualités et limites du média

> **Quel Avenir pour le Web?**

- Développement de la segmentation de l'audience
- Fusion de la Télévision et d'internet ?

> **L'e-mailing et la e-newsletter**

- E-mailing marketing : Mailing postal (interactivité) / Info-lettre (information)
 - >> Prospector et Fidéliser
- Méthodologie pour mener une campagne d'e-mailing
- Les Bases de données et la segmentation des cibles
- La conception des messages
- E-mailing et sites internet
- Le suivi de la campagne : Le routage des messages, la gestion des retours et mesurer les résultats
- La loi sur la confiance dans l'économie numérique, opt-in/opt-out et la CNIL
- Qualités et limites de l'e-mailing

> **Quel Avenir pour l'e-mailing et la newsletter?**

- Progression des SPAM
- Progression des dispositifs de protection
- Progression de l'interactivité du web 2.0
- Évolution des rapports de l'internaute avec l'e-mailing

5/ CAHIER DES CHARGES – DEVIS – GESTION DE LA FABRICATION DES SUPPORTS

Dans le secteur de l'édition, de la presse, de l'imprimerie, du web ou des arts graphiques, le technicien de fabrication organise et coordonne la fabrication des ouvrages, journaux, publications, encarts publicitaires... de A à Z, en tenant compte des impératifs éditoriaux, commerciaux et des techniques de mise en page et de typographie.

Un technicien de fabrication travaille pour une maison d'édition, en imprimerie ou chez un prestataire de services (studio d'arts graphiques). C'est en quelque sorte un conseiller technique et un lien entre les services éditoriaux et la fabrication des ouvrages pour le livre, entre les services rédaction et édition pour la presse et entre les services création et la fabrication pour les industries graphiques et l'imprimerie.

Pour mener à bien sa mission, il s'entretient avec les maquettistes, les illustrateurs, les secrétaires d'édition et de rédaction.

Il négocie les coûts et rédige le devis des fournisseurs. Il doit aussi choisir la

qualité du papier et son grammage, la couleur de l'encre, le type de procédé d'impression, de brochage... Il peut alors établir le cahier des charges et le faire respecter.

Il fait le lien entre les imprimeurs et les studios de création.

Il établit un « Cahier des Charges » pour chaque fournisseur afin d'obtenir des devis, de manière à gérer son projet sur le plan économique et technique :

- > Solutions visuelles et supports de communication
- > Ressources techniques et matérielles Gestion de la fabrication et suivi de production :
- > Rétroplanning
- > Budget
- > Accords (BAT)
- > Contacts

>> CAHIER DES CHARGES

Points de fabrication des solutions imprimées

DIFFÉRENTES PHASES DE FABRICATION :

- Logiciels informatiques pour les maquettes d'exécution (PAO : suite adobe)
- Outils de mise en page (grilles de mise en page / Chemin de fer / notes d'intentions / roughs)
- Les fichiers informatiques (Formats de fichiers / Résolution d'images / Profils et Modes colorimétriques)

Fabrication d'imprimés (Édition / Publicité / Graphisme)

- >> Recherche et Choix d'un imprimeur (Sources d'informations)
- >> Les différents systèmes de transferts et de sauvegardes des fichiers informatiques

>> Cahier des charges, afin de demander un devis précis à un prestataire externe (l'imprimeur)

-- Types de produits imprimés (Voir « Exaprint.fr » le catalogue)

- >> Plaquettes --- cartes --- chemises --- papier en-tête --- affiches --- magazine --- livre --- amalgame --- kakémono – dérouleur – textiles – objets divers – sacs – packaging...

-- Types de procédés d'impression

- >> **Offset**

- >> **Typographie**
- >> **Héliogravure**
- >> **Flexographie**
- >> **Sérigraphie**
- >> **Impression numérique**

-- **Photogravure** (ctm/ctp) > Epreuve (cromalin)

-- **Les Supports d'impression (Papiers et cartons)**

a / Les normes

>> ISO 9001 / ISO 14001 (www.afnor.org) / EMAS : www.emas.org.uk

b / Labels contrôlés

>> PEFC : www.pefc-france.org / FSC : www.fsc.org

c / Eco-labels officiels

>> Boucle de Moebius (norme ISO 14021) / Eco-label européen / Ange Bleu / Cygne Nordique / NF Environnement / APUR / NAPM / EUGROPA

d / Aspect et surface du papier

>> Épair / Rugosité / Blancheur / Teinte / Opacité / Grammage / Épaisseur / Main / Rigidité

e/ Types de papiers

Le papier joue un rôle important dans l'orchestration de la réalisation de vos documents imprimés. En effet il doit répondre à vos objectifs d'image, aux contraintes techniques d'impression et à votre enveloppe budgétaire.

Le terme « papier » s'applique jusqu'à un grammage de 172g/m² au-delà il s'agit d'un carton.

- **Le papier couché (mat / brillant / satiné / two-tone)**
- **Le papier offset (tête de lettre / cartons)**
- **Les papiers spéciaux (Bristol / kraft / REH / autocopiant / fluorescent)**
- **Les papiers de création** (métallisés / translucides / vélin / vergés / toilés / imitations de matières : cuir, textile, écaille, velours, embossé / papier au toucher « effet mouillé
- **Les papiers recyclés**

(Cf : www.arjowiggins.com / www.lepapier.fr)

- **Bâches plastiques, tissus, PVC**

>> **Le support et le procédé sont intimement liés, le choix de l'un se décide en fonction de l'autre.**

- **Colorimétrie (bichromie/quadrachromie/hexachromie)**
 - >> Tons indirects (CMJN) / Tons directs (Pantone)

Les Encres (cf : www.brancher.com)

a/ ENCRE OFFSET

>> Différents types d'encres : Encres fraîches / Encres demi-fraîches / Encres siccatives

PROFIL ENCRE (critères de performance)

>> **Performance encre** : Fraîcheur encrier / Fixation / Force colorante / Brillant / Résistance à l'abrasion Vitesse de séchage

>> **Performance support** : Absorption / Etat de surface / Abrasivité

Solution de mouillage

>> L'eau de réseau / Le TH (titre hydrotimétrique) - dureté de l'eau

b/ ENCRE UV

La technologie UV pour tout type d'impression (offset, typographie, flexographie, waterless, sérigraphie) : Un gain de productivité / Une haute qualité des imprimés / Préservation de l'environnement.

c/ ENCRE FLEXOGRAPHIE & HELIOGRAVURE

3 facteurs :

>> **La viscosité** (Réglage : Le groupe encreur / Le type de travail / La nature du support)

>> **L'intensité** (L'intensité de l'impression est influencée par la vitesse de la machine)

>> **La vitesse de séchage** (Encre base de solvant : Solvant normal / Solvant retardateur / Solvant accélérateur - Encre base d'eau)

- **Les quantités**
- **Les Formats (ouverts/fermés)**
- **Faces imprimés du support (Recto/verso)**
- **Epreuvage et BAT**
- **Finitions (verniss, Pelliculage, gaufrage)**
- **Le Façonnage des produits imprimés (Massicot, rainage, pliage, assemblage, encapsulage)**
- **Conditionnement**
- **Livraison**
- **Réseau de distribution**
- **Modes de diffusion**

>> CAHIER DES CHARGES

Points de fabrication des solutions multimédia

- .. **Analyse des objectifs et besoins du client**
- .. **Définir les contenus multimedia**

- .. **Rédaction du cahier des charges**

Établir un « Cahier des Charges » pour chaque fournisseur afin d'obtenir des devis, de manière à gérer son projet sur le plan économique et technique :

> Solutions visuelles et supports de communication

> Ressources techniques et matérielles Gestion de la fabrication et suivi de production :

DIFFÉRENTES PHASES DE FABRICATION / POINTS À DÉFINIR:

- Logiciels informatiques pour les maquettes d'exécution et contenus iconographiques (PAO : suite adobe) et réaliser les contenus et supports multimédia.
- Outils de mise en page (grilles de mise en page / Chemin de fer / notes d'intentions / roughs)
- Les fichiers informatiques (Formats de fichiers / Résolution d'images / Profils et Modes colorimétriques)

Site Web :

1/ Type de site : Site vitrine / Site dynamique

Site Vitrine

- hmtl/css

Fichier informatique (Contenus) [=html]

Feuille de style (Graphisme) [=css]

> La mise à jour du site se fait par la modification des fichiers informatiques via 1 logiciel de création (cf. dreamweaver)

- Interface utilisateur** : Lecture des contenus / Navigation
- Type de contenus** : Galeries photos / Textes / Videos /Animations flash / Pop-up et encarts publicitaires

Site Dynamique (Site Interactif)

- php/sql./html/css./asap/flash/javascript
- Fichier informatique – contenus/modules [=php]
- Feuille de style – graphisme/habillage [=css]

- Base de données (table > champs)

> Les mises à jour et la gestion des contenus sont réalisées via une Interface d'administration, directement sur le web.

- **Interface utilisateurs** : >> Mise à jour des contenus / Accès a des contenus différents selon le type d'utilisateurs.
- **Type de contenus** : Galeries photos / Textes / Videos / Animations flash / Espaces membres / Forum / Chat / Commentaires / Téléchargements / Boutiques en ligne / Catalogues interactifs) Pop-up et encarts publicitaires

2/ Arborescence (= Plan du site / optimisation du Référencement naturel)

- Définir des mots-clés
- Optimiser les noms de dossiers, de fichiers et des titres de pages

3/ Définir les modules interactifs :

- Utilisateurs : Connexion/Espace member/forum/chat/news...
- Administrateur : utilisateurs/connexion/newsletter...

4/ Langages informatiques liés à l'architecture du site, des différents modules et contenus:

- Html : Fichier informatique (Contenus)
- Css : Feuille de style (Graphisme)
- Php / asp (Microsoft) : Fichier informatique – contenus / modules Utilisateur et Administrateur
- Sql : Base de données (table > champs)
- Flash (actionscript): Animations et sites
- Javascript : Applications interactives

5/ Définir les contenus

- Identité visuelle – Charte graphique > Habillage et mise en page
- Photographies / Galeries / Textes / Vidéos / Animations flash / Espaces membres / Forum / Chat / Commentaires / Téléchargements / Boutiques en ligne / Catalogues interactifs) Pop-up et encarts publicitaires

6/ Référencement :

- Arborescence (Optimiser news) > Référencement naturel
- Mot-clés (=>campagne de mot-clé= référencement payant)
- Titres des pages
- liens en dur

- Publicités (bannière/pop-up)
- Annuaires

7/ Développement :

- ... Réunir les éléments graphiques (cf : Identité visuelle – Charte graphique) en vue de réaliser un habillage graphique des pages ou des templates
- ... Réunir éléments visuels (contenus informatifs et interactifs)
- ... Développer un contenu éditorial pertinent et organisé
- ... Logiciels à utiliser
- ... Arborescence et navigation (Mise en relation des contenus)
- ... Développement en local -> réseau
 - > html > lecture sur les différents navigateurs
 - > serveur d'évaluation (cf : xampplite) <http://localhost/nomdusite>
- > Tester le site sur plusieurs navigateurs et plusieurs résolutions d'écran
- ... Développement de l'architecture du site (langages)
 - > Développeur
 - > CMS (Content management System) > Avec ou sans frais
 - > Open GL – Licence non-commerciale (Wordpress/Joomla/Drupal/Spip)
 - > OS-commerce – Licence Commerciale
- Réalisation du prototype
- Corrections/Modifications

8/ Rédaction du manuel technique

9/ Maintenance du site

- ... **Forfait de mise à jour**
- ... **Formation** : Utilisation de l'interface d'administration et mises à jour

10/ Production du site

- ... **Hébergement + Enregistrement du nom de domaine (OVH)**
 - > Espace (capacité)
 - > Serveur dédié
 - > Comptes Mail (contact@mail.com)
 - > Redirection
 - > Base de donnée
- > Transfert fichiers sur l'espace serveur
 - >> Type de Client FTP : Codes FTP

- Hôte serveur (ex : www.xy.com - <ftp://ftp.xy.com>)
- Login
- Mot de passe

> PhpMyAdmin : Gestion des bases de données SQL

11/ Déclaration à la CNIL