

La communication affichée ou *poster*

Communication with Posters

Pradeau F (*), Pradeau M-C (**), Chabaud F (***), Benz-Lemoine E (****)

Résumé

Les auteurs exposent les grands principes de la communication affichée ou *poster*. La communication affichée est une alternative à la communication orale. Elle n'a pas moins de valeur que celle-ci. Elle peut même être dans certains cas préférable et il ne faut pas hésiter à la choisir.

Un *poster* se conçoit suivant des règles précises, souvent rappelées par les organisateurs des congrès : format, titre, police de caractères, disposition des 6 zones réservées à l'exposé de la démarche de recherche. L'impression d'un *poster* est actuellement facilitée par la possibilité de tirage photographique ou surtout d'impression sur imprimante couleur grand format (type A0). L'affichage du *poster* nécessite d'être prévoyant et de se renseigner sur la nature du support prévu. Au total, le *poster* peut être un outil de communication efficace, très favorable aux échanges avec les congressistes.

Rev Med Ass Maladie 2001;32,2:101-4

Mots clés : communication affichée ; poster ; congrès ; méthode.

Summary

The aim of this article is to explain the basic rules for scientific communication with posters. Presenting information with a poster is often as effective as oral communication and can sometimes even be preferable. Poster design should follow a number of specific rules which are generally defined by the congress' organizers: size, title, fonts, the portion occupied by the six areas devoted to the research steps, etc. The actual printing of a poster has become easier since the introduction of the A0 format in personal color printers. The poster display has to be well thought-out in advance with consideration given to the supporting framework to be used. A poster can be a very useful tool for effective communication since it encourages direct exchanges with the participants of a congress.

Rev Med Ass Maladie 2001;32,2:101-4

Key words : poster; congress; methodology.

(*) Ancien médecin inspecteur régional de la Santé, praticien hospitalier, médecin légiste, Département d'information médicale du centre hospitalier universitaire (CHU) de Poitiers.

(**) Médecin-conseil, Assurance maladie.

(***) Médecin de santé publique, directeur de l'observatoire régional de la santé de Poitou-Charentes.

(****) Médecin inspecteur de santé publique, correspondant d'hémovigilance, CHU de Poitiers.

Adresse pour correspondance : Dr F. Pradeau, Département d'information médicale, CHU de Poitiers, 350, avenue Jacques-Cœur, B.P. 577, F-86021 Poitiers cedex, e-mail : pradeau@chu-poitiers.fr

La communication dite affichée, encore appelée *poster*, est une forme de présentation de plus en plus utilisée dans les congrès. La question peut donc se poser de plus en plus fréquemment pour des auteurs de savoir s'ils doivent opter pour une communication affichée ou une communication orale.

I. CHOISIR UNE COMMUNICATION AFFICHÉE

Le *poster* peut présenter certains avantages. Il peut être intéressant pour un auteur émotif, n'ayant pas une bonne aisance à l'oral ou maîtrisant mal la langue étrangère déclarée langue officielle du congrès. Il peut aussi autoriser un contact personnel et individualisé avec les congressistes intéressés. Dans ce contexte, il peut permettre une discussion prolongée des résultats présentés avec d'autres chercheurs travaillant ou ayant travaillé sur le même sujet. Le *poster* a aussi l'avantage d'être un support de communication mettant en valeur les graphiques, les schémas et les illustrations. Certains sujets peuvent donc trouver une meilleure mise en valeur par ce biais, par rapport à une présentation orale. Enfin, les visiteurs peuvent s'attarder autant qu'ils le souhaitent devant les *posters* qui les intéressent, les regarder et prendre des notes à loisir, et revenir sans exiger la présence de l'auteur.

Mais le *poster* ne présente pas que des avantages. Il a aussi des contraintes et des inconvénients. En premier lieu, si le temps n'est pas limité comme dans la communication orale (le plus souvent 10 minutes), c'est l'espace qui est ici sous contrainte. Il faut donc savoir en tirer le meilleur parti. Par ailleurs, le temps de préparation et éventuellement le prix de revient du *poster* sont plus importants que pour la présentation orale (transparents, diapositives ou présentations de type Microsoft PowerPoint™). Enfin, le public n'étant pas captif, il faut savoir l'attirer (mais est-ce là un inconvénient ?).

Certains préfèrent proposer une communication *poster*, car il peut leur sembler que les comités scientifiques sont moins sélectifs pour ce type de publication que pour les communications orales. Il est vrai que certains congrès internationaux pratiquent une politique non sélective afin d'accroître le nombre de participants pour des raisons financières. Mais, d'une manière générale, la communication affichée ne doit pas (ou ne devrait pas) être considérée comme une communication au rabais, car, comme on l'a vu précédemment, elle présente, dans certains cas et sous certaines conditions, de nombreux avantages par rapport à la communication orale, et c'est souvent par démarche positive que les auteurs optent volontairement pour ce type de publication.

II. CONCEVOIR UN POSTER

La lettre d'acceptation d'une communication affichée est toujours accompagnée d'instructions aux auteurs. La première des choses à faire est donc de les lire attentivement, car chaque congrès peut avoir des règles spécifiques. Ces indications donnent en particulier la taille et le format du *poster*, mais aussi, et on le verra plus loin, le lieu et l'heure de son installation, ainsi que les périodes qui seront réservées, au cours du congrès, à la visite des stands *posters*.

Le **titre** doit être bien visible, centré, avec une police bien lisible (Arial, Times), ayant au moins 2,5 cm de hauteur. Il doit être informatif et assez percutant pour accrocher l'attention dans un contexte pas toujours favorable (brouhaha ambiant, voisinage de *posters* mieux réalisés et plus accrocheurs). Le mode interrogatif n'est pas à négliger. Le nom des auteurs et leurs institutions d'appartenance doivent être mentionnés en dessous du titre ; l'ensemble titre-nom des auteurs constituant un bandeau transversal centré qui domine toute la largeur du *poster*.

Le *poster* doit présenter la communication en plusieurs pavés correspondant aux différentes parties qui ont été exposées dans le résumé, lors de la soumission aux organisateurs du congrès (cf. l'article consacré dans ce même numéro à la rédaction d'un résumé de publication scientifique). Six zones (ou encarts) seront donc à définir [1] pour occuper la surface de l'affiche : une pour l'introduction, une pour présenter les buts du travail, une pour décrire le matériel et les méthodes, deux pour représenter les résultats, et enfin une dernière pour la conclusion (Figure 1). Ces six zones doivent se succéder dans un ordre logique, tenant notamment compte du fait que le regard circule spontanément face à une affiche de haut en bas et de gauche à droite. En tout état de cause, il est judicieux d'indiquer l'ordre de lecture des différentes zones en les numérotant et/ou en fléchant le circuit à suivre. Avant de réaliser le *poster* en sa forme définitive, il est indispensable d'en faire une maquette. Ceci permettra de se faire une idée de l'équilibre général de la présentation, et de l'équilibre entre texte et illustrations.

Le **texte** du *poster* doit être lisible à une distance d'au moins 1 mètre. La hauteur des lettres doit donc être de 1 centimètre au moins. La police de caractères doit permettre une bonne visibilité (Arial, Helvetica, Times par exemple). Les caractères gras peuvent être utilisés, de même que les majuscules pour les têtes de chapitres. Mais on évitera de composer tout le texte en majuscules, ainsi que de mélanger plusieurs polices de caractères sur un même *poster*. La rédaction de l'introduction et de la conclusion doit être particulièrement soignée



Figure 1. Présentation générale d'un poster.

et pertinente. L'expérience montre, en effet, que beaucoup de visiteurs sélectionnent les *posters* qu'ils vont lire sur les seules informations contenues dans la conclusion. Dans le cadre d'une communication affichée, il est donc plus que jamais nécessaire de faire des phrases courtes, sous forme d'affirmations successives bien séparées les unes des autres. On s'attachera à ne pas introduire trop de texte dans un *poster*. Cela risquerait de dissuader le visiteur, et cela serait par ailleurs contraire aux raisons qui ont normalement fait choisir la communication affichée, à savoir de privilégier les illustrations.

Les **illustrations et les figures** jouent un rôle capital dans une présentation affichée. Elles doivent notamment être utilisées pour décrire le protocole et présenter les résultats. Elles peuvent être numérotées et appelées dans le texte (comme pour un article). Certains préfèrent cependant placer un titre

bref (non redondant avec le texte) au-dessus de la figure, avec une courte phrase résumant son message au-dessous d'elle [1]. Il ne faut pas hésiter à utiliser la couleur pour la réalisation des illustrations, schémas et graphiques car, outre l'aspect esthétique et l'attractivité pour l'œil, la couleur peut permettre de véhiculer certaines informations (sous réserve d'une légende *ad hoc*). Il est nécessaire de faire préciser par les organisateurs si la présentation est acceptée au format *portrait* et/ou *paysage* (l'exemple présenté en Figure 1 étant en *paysage*). Si le *poster* est en format *portrait*, il est utile de se renseigner sur la hauteur d'accrochage. De celle-ci dépend en effet la hauteur par rapport au sol du bas du *poster*. Si le bas du *poster* risque d'être bas situé, il faudra alors penser à ne pas trop charger en texte cette partie de la présentation, qui sera nécessairement moins lisible (sauf en position accroupie !).

III. IMPRIMER UN *POSTER*

Suivant les moyens financiers et/ou techniques que l'on a à sa disposition, le *poster* peut être réalisé :

- soit de plusieurs documents imprimés et/ou photographiés¹ qui seront positionnés à l'affichage sur un fond de couleur aux dimensions du *poster* ;
- soit d'une seule pièce obtenue par tirage photographique² ou tirage *papier* sur une imprimante couleur spéciale grand format (type A0 par exemple, soit 914 mm × 1 140 mm). Le transport du *poster* peut s'effectuer soit dans un carton à dessin si l'on se trouve dans le premier cas de figure ci-dessus évoqué, soit roulé dans un cylindre rigide en carton ou en plastique dans le second cas³.

IV. AFFICHER ET PRÉSENTER UN *POSTER*

On a vu que les instructions aux auteurs précisent, outre les éléments de forme, le lieu et l'heure de l'installation du *poster*, ainsi que les périodes qui seront réservées au cours du congrès, à la visite des stands *posters*.

À l'arrivée sur le lieu du congrès, il faut donc d'abord trouver l'emplacement alloué (il est en général repéré par un numéro, correspondant à celui figurant dans le programme des communications). La mise en place du *poster* est plus ou moins compliquée selon que l'on a à faire un assemblage sur

place, ou à simplement positionner un tirage *papier* ou photographique d'une seule pièce.

Il est souvent judicieux de demander aux organisateurs, avant la tenue du congrès, sur quel type de support seront positionnés les *posters* : panneaux de feutrine, de liège, support lisse ou grillage métallique. Cela permettra de se munir des moyens de fixation adaptés (épingles, punaises, ruban adhésif, pinces à dessin, aimants...).

Le *poster* est en général mis en place plusieurs heures avant la séance de discussion. Pendant celle-ci, au moins un des auteurs doit être en permanence présent, pour répondre aux questions des *visiteurs*. Bien que cela ne soit nullement obligatoire, ni encore une pratique courante, de plus en plus d'auteurs mettent à disposition un tirage au format A₄ de leur *poster*. Ceci est toujours fortement apprécié des congressistes qui se trouvent ainsi dispensés de la prise de notes dans des conditions difficiles.

Finalement, la réalisation d'un « bon » *poster* est chose difficile. En effet, il faut arriver à condenser de façon claire, simple et précise deux ou trois messages fondamentaux. Ceci étant, un *poster* bien conçu, bien réalisé, bien présenté et bien commenté lors de la séance de discussion peut-être un outil de communication particulièrement efficace, et parfois plus qu'une communication orale mal maîtrisée.

-
1. Notamment les six zones ou encarts précédemment décrits.
 2. Lorsqu'on utilise un tirage photographique, il faut utiliser un tirage mat, pour éviter les reflets.
 3. Il ne faut jamais mettre un *poster* dans une soute à bagages d'avion, où il risquerait d'être endommagé.

RÉFÉRENCES

1. Huguier M, Maisonneuve H. *La rédaction médicale. De la thèse à l'article original. La communication orale.* Paris : Doin, 1998.