



# DEFI

## Le design d'information

2<sup>ème</sup> formation – 9 mai 2022

# Sommaire

- 03** | Qu'est-ce que le design d'information ?
  - Introduction et définition
  - Quelques références théoriques
  - Bonnes et mauvaises pratiques
- 25** | La relation entre le fond et la forme
- 35** | Les questions à se poser avant de commencer à produire de l'information
- 42** | Utilité et structure d'une charte graphique
- 57** | Construire et structurer des formats
- 85** | Petite mise en application

# Sommaire

- 03** | Qu'est-ce que le design d'information ?
- 25** | La relation entre le fond et la forme
- 35** | Les questions à se poser avant de commencer à produire de l'information
- 42** | Utilité et structure d'une charte graphique
- 57** | Construire et structurer des formats
- 85** | Petite mise en application

# Démocratiser une information initialement technique.

127

tutti, ma piano

piano

piano

set sei - ne Gü-tig-keit, ihr Menschen, rühmet Got-tes

forte

forte

forte

(*tr*)

Liebe und preiset sei-ne Gü-tig-keit.

(*piano*)

piano

piano

Lobt ihn aus reinem Herzens-trie-be, lobt ihn aus reinem Herzens-

B. W. XXXIII.

Notes et rythmes

# Démocratiser une information initialement technique.

127

tutti, ma piano

piano

piano

set sei - ne Gü - tig - keit, ihr Menschen, rühmet Got - tes

forte

forte

forte

(*fr*)

Liebe und preiset sei - ne Gü - tig - keit.

(piano)

piano

piano

Lobt ihn aus reinem Herzens - trie - be, lobt ihn aus reinem Herzens -

B. W. XXXIII.

Notes et rythmes

Clefs

Tonalité

# Le design d'information c'est avant tout transmettre l'information.

tutti, *ma piano*

*piano*

*piano*

set sei - ne Gü - tig - keit, ihr Menschen, rühmet Got - tes

*forte*

*forte*

*forte*

*forte*

(*fr*)

Liebe und preiset sei - ne Gü - tig - keit.

*piano*

*piano*

*piano*

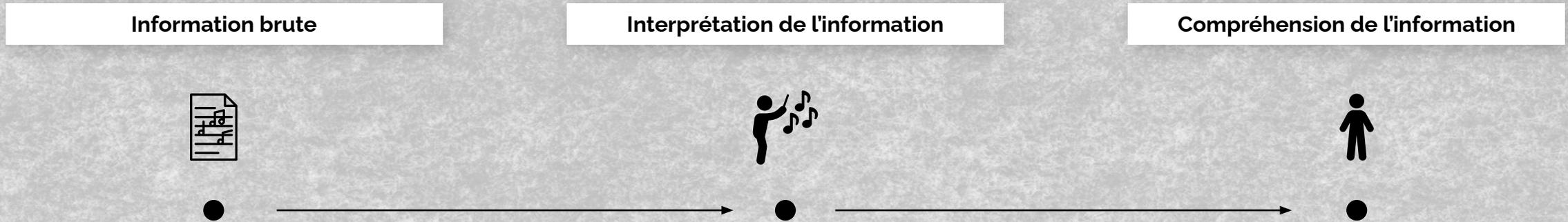
Lobt ihn aus reinem Herzens - trie - be, lobt ihn aus reinem Herzens -

B. W. XXXIII.



# L'analogie de la musique : interpréter une information pour l'appréhension du plus grand nombre.

L'interprétation supprime toute barrière technique.

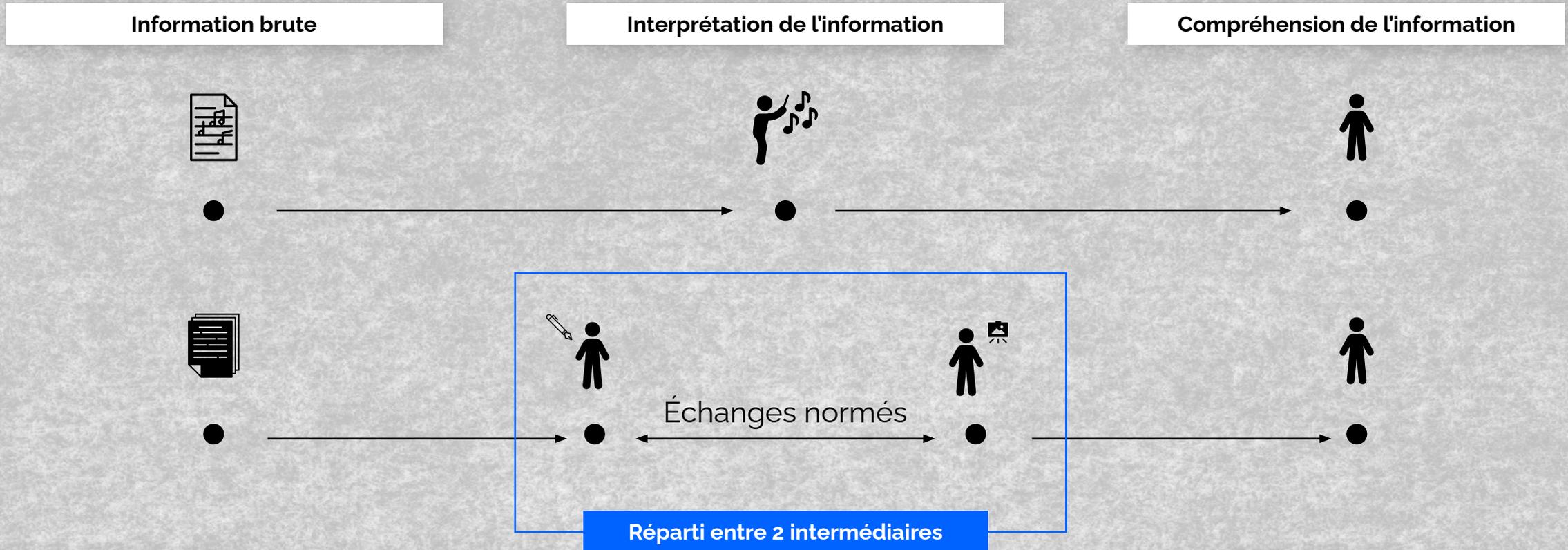


## Prérequis :

- Construire un langage normé
- Avoir une capacité de traitement exhaustif
- Garantir un potentiel d'émergence
- Détenir la capacité d'écrire / lire ce langage
- Posséder des outils d'interprétation
- Être sensibilisé à l'interprétation
- Être attiré par l'interprétation
- Concevoir le gain perçu

# En design d'information, l'interprétation est souvent bipartite.

Deux mondes cohabitent : le journalisme et le graphisme



# Quelle différence entre le design de l'information et le design d'information ?

**#1**

Design de l'information

?

**#2**

Design d'information

# Quelle différence entre le design de l'information et le design d'information ?

L'un est descriptif alors que l'autre est une discipline.

## #1

**Design de l'information**

### Définitions :

- Analyse de l'ensemble des méthodes de mise en forme de l'information, ou de l'actualité, au sens large.

≠

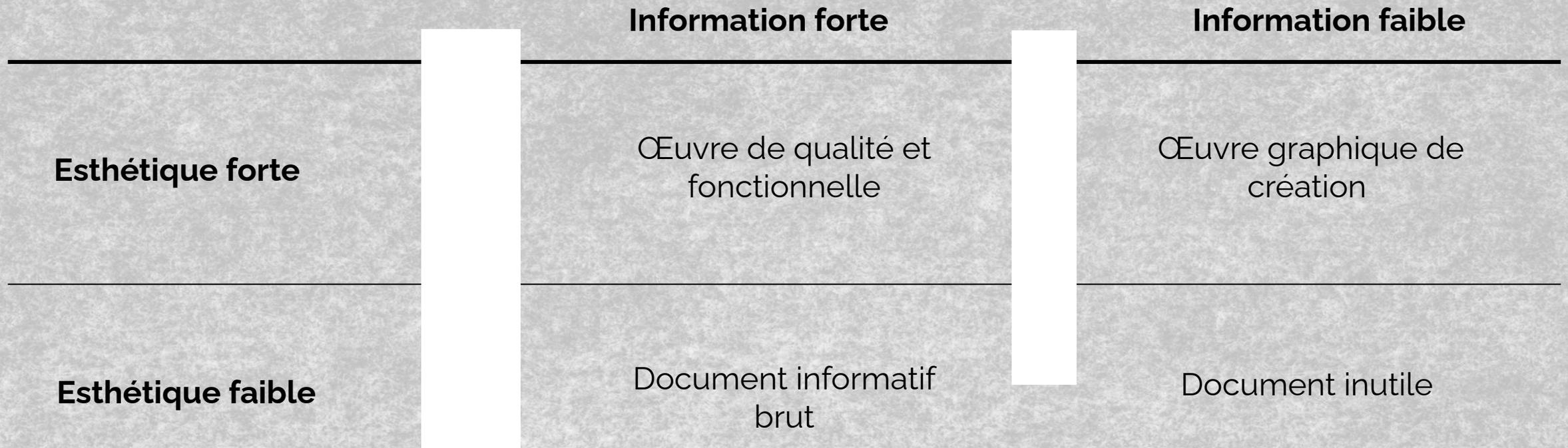
## #2

**Design d'information**

- Une construction graphique, ordonnée, logique et esthétique qui vise à informer.
- C'est la conjugaison d'une caractéristique esthétique et d'une caractéristique fonctionnelle.

# Le design d'information vient rendre autoporteur un document d'information brute.

Il le rend autonome dans sa compréhension



# L'idée est de créer un ensemble appréhensible en agrégeant des structures élémentaires.

## Quelques références théoriques

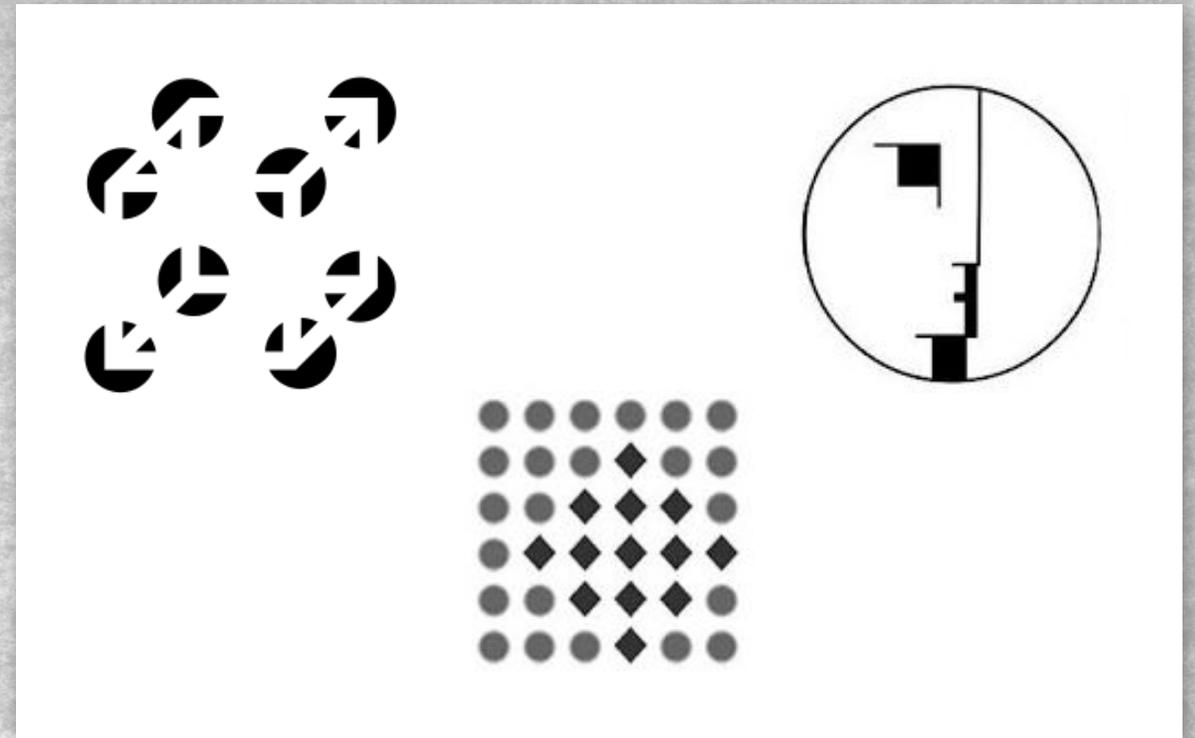
### Psychologie de la forme

- On parle de *Gestalt*, pour mettre en forme et donner une structure signifiante.
- La compréhension d'une même représentation dépend de son contexte.

### Holisme

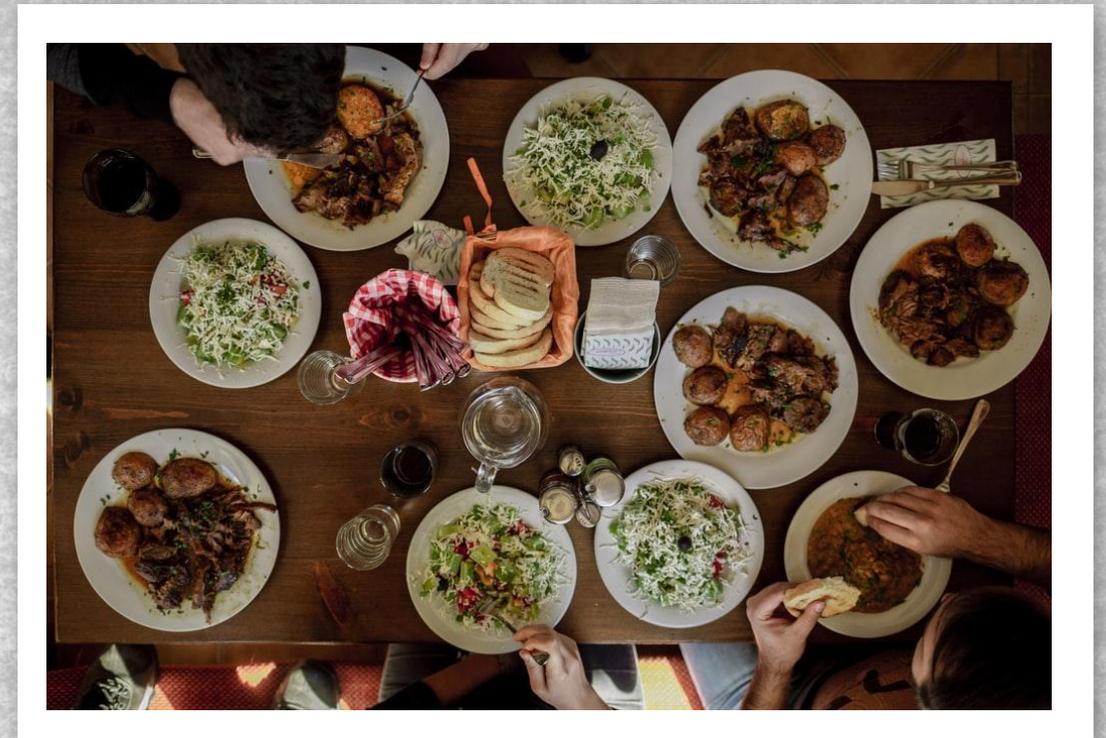
- La tendance dans la nature à constituer des ensembles qui sont supérieurs à la somme de leurs parties

Bonus, un papier intéressant : [ici](#)



# Il faut parvenir à un esthétique fonctionnel qui s'appuie sur une logique rigoureuse et contextuelle.

Le design d'information doit jouer sur le conditionnement du lecteur



# Analyse d'une infographie

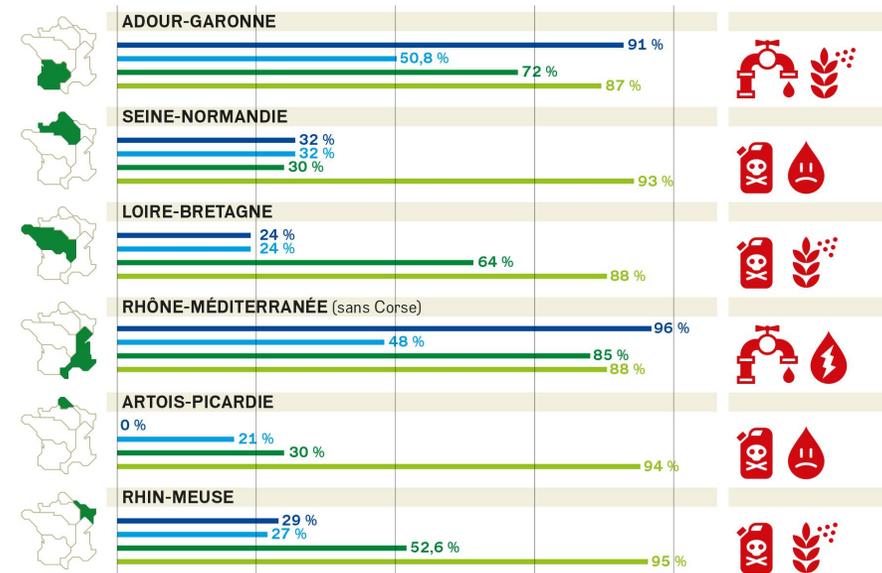
- Quelle compréhension en avez-vous ?
- Quels sont les éléments bloquants ?

↳ [Lien](#)

## LA MAUVAISE SANTÉ DES EAUX FRANÇAISES



### PRINCIPALES PRESSIONS SUR LES MASSES D'EAU



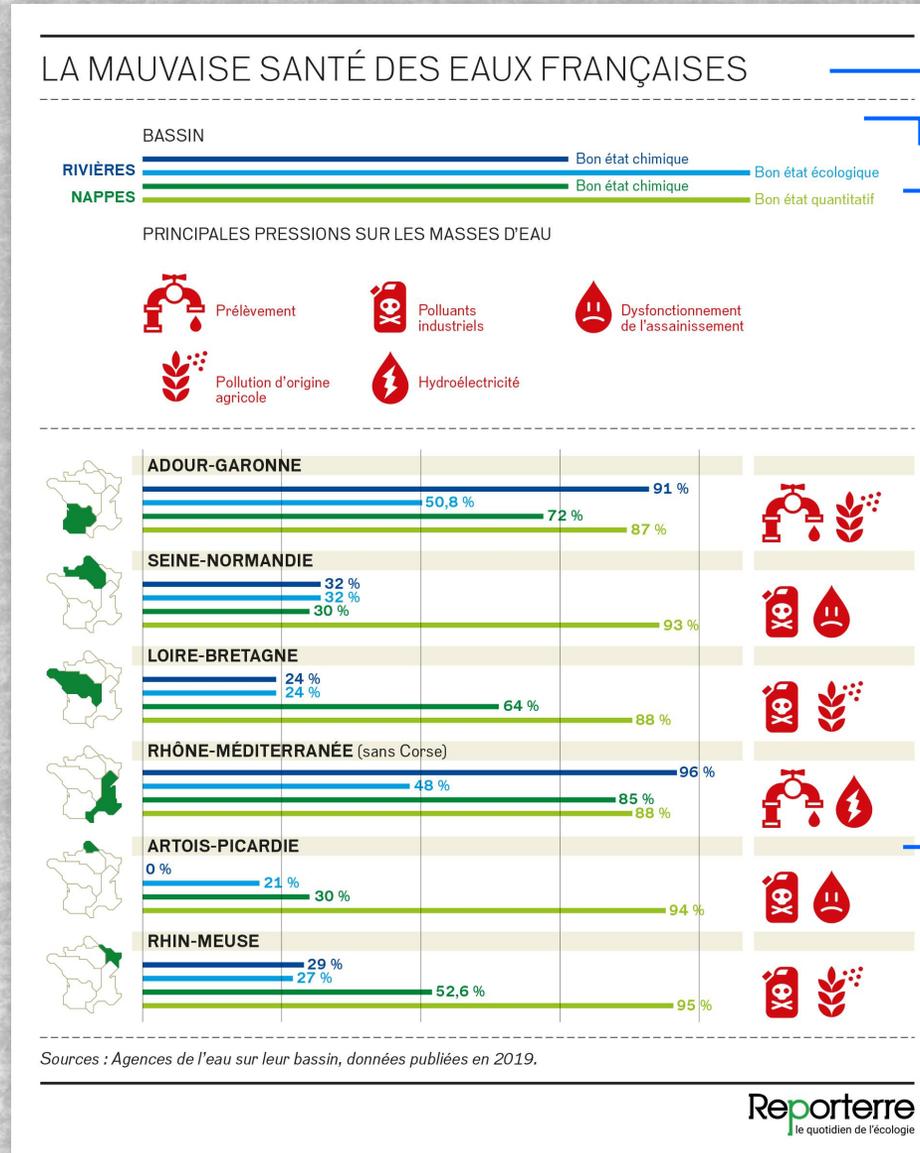
Sources : Agences de l'eau sur leur bassin, données publiées en 2019.

Reporterre  
le quotidien de l'écologie

# Analyse d'une infographie

- Quelle compréhension en avez-vous ?
- Quels sont les éléments bloquants ?

[Lien](#)



Bonne formulation du titre mais mise en forme trop en retrait.

Absence de label « légende »

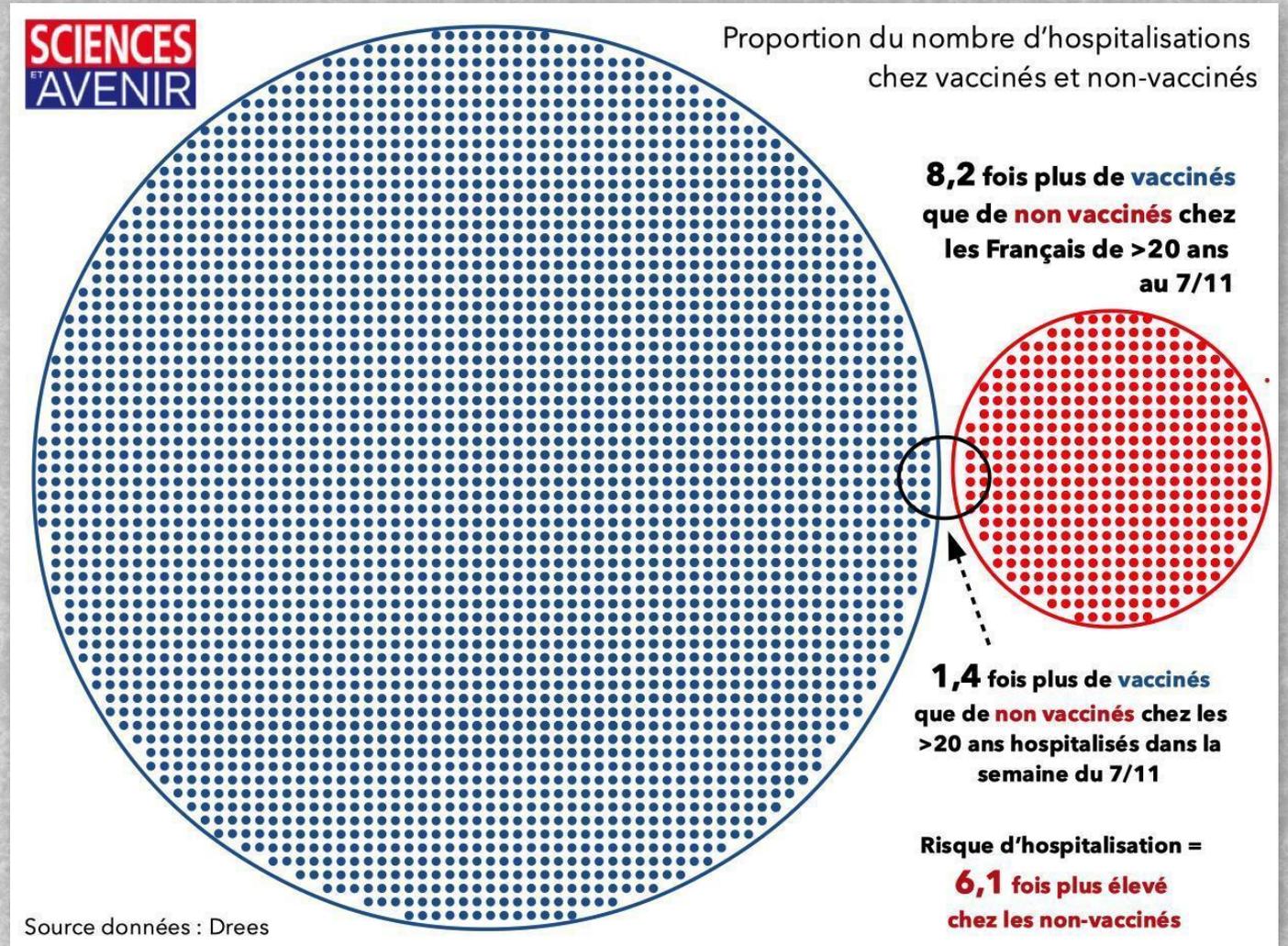
Mise en forme trompeuse de la légende.

Aucun rappel des labels de légende.

Pas de clef de lecture.

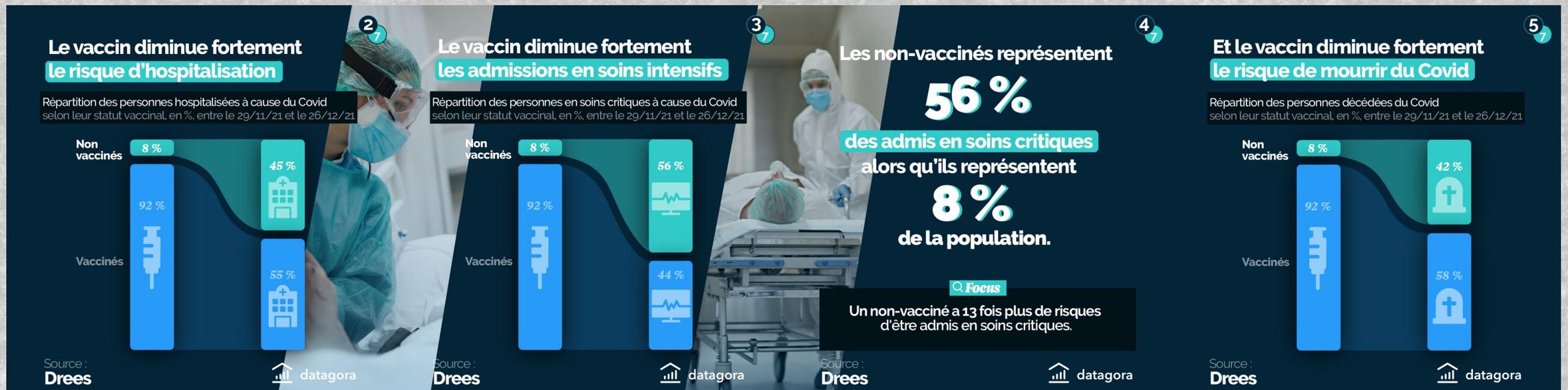
# Analyse d'une infographie

↗ [Lien](#)



# L'approche graphique retenue par Datagora.

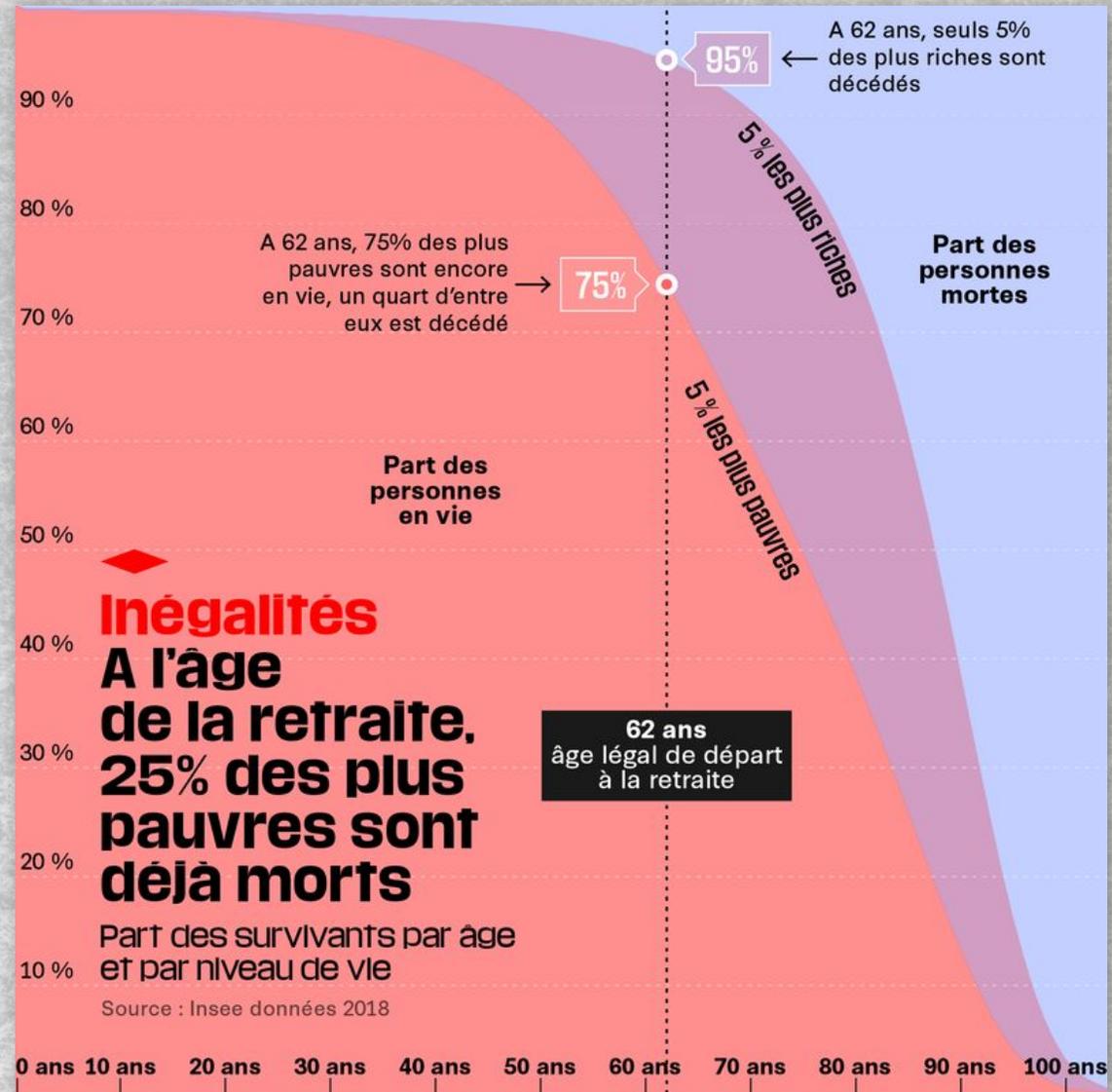
Le lecteur est guidé dans sa compréhension par un récit structuré



[Lien](#)

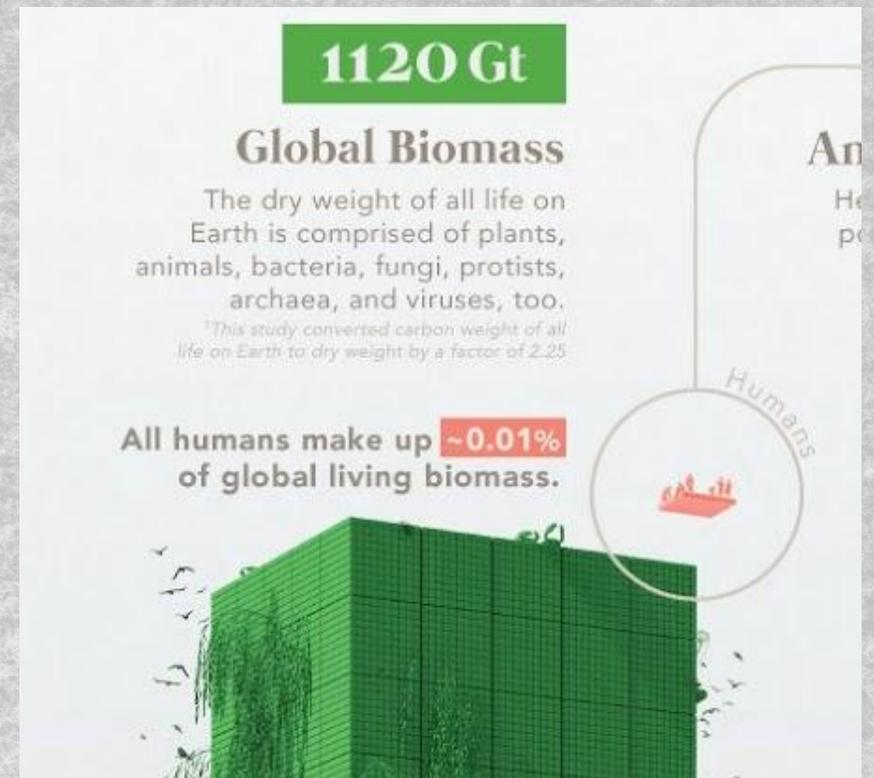
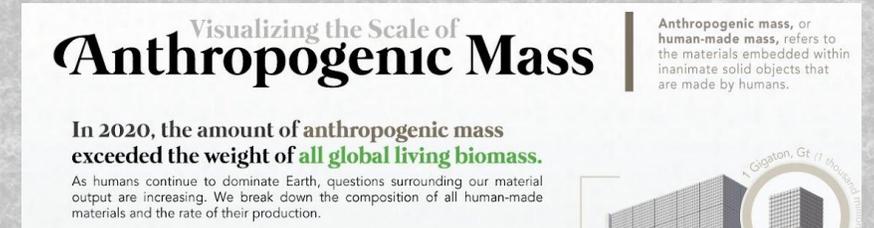
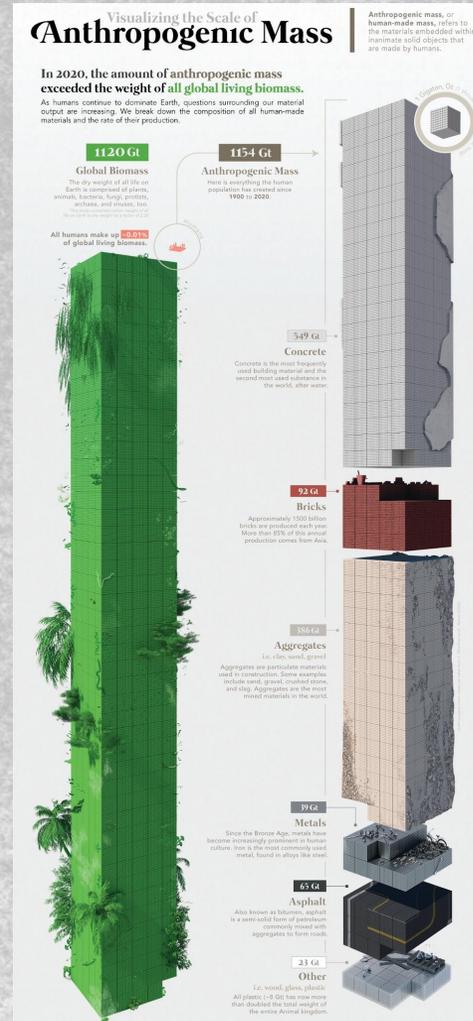
# Analyse d'une infographie

[Lien](#)



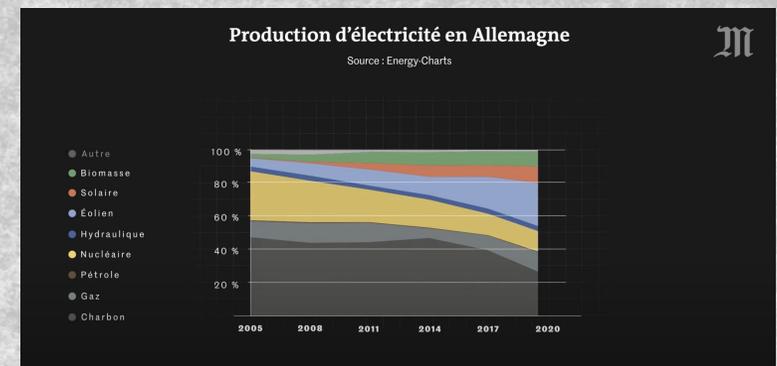
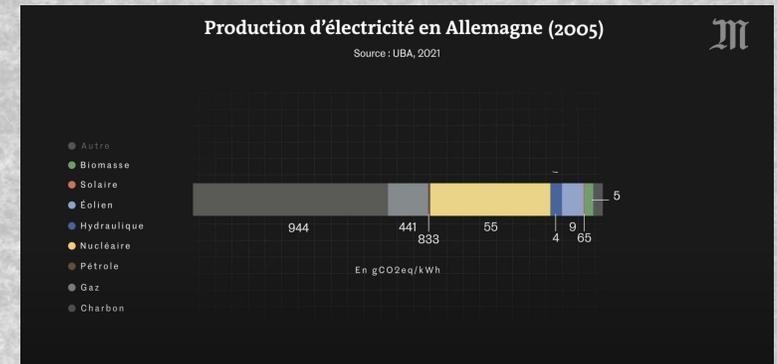
# Analyse d'une infographie

↖ [Lien](#)



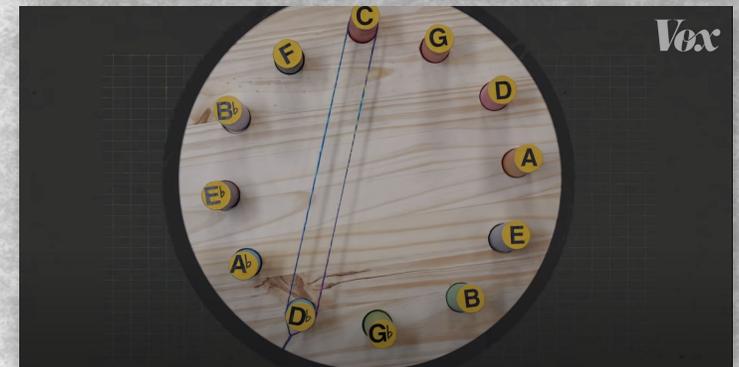
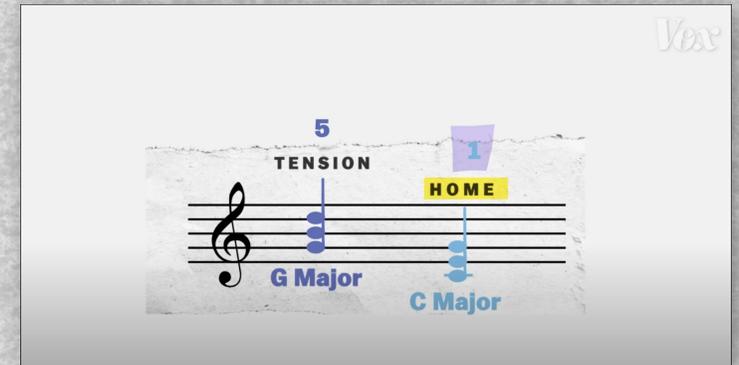
# Analyse d'une vidéo

L'animation permet de créer des clefs de lecture évidentes



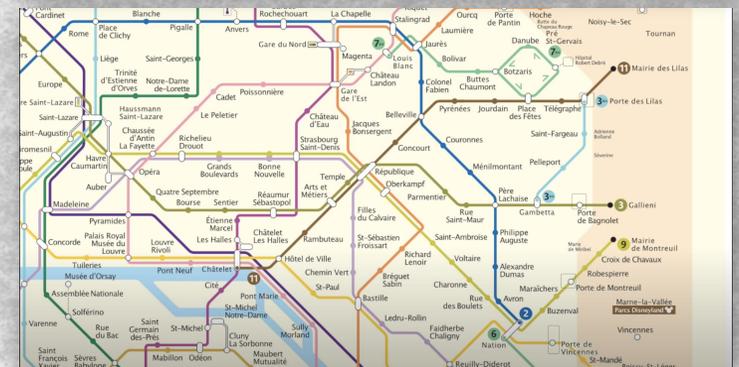
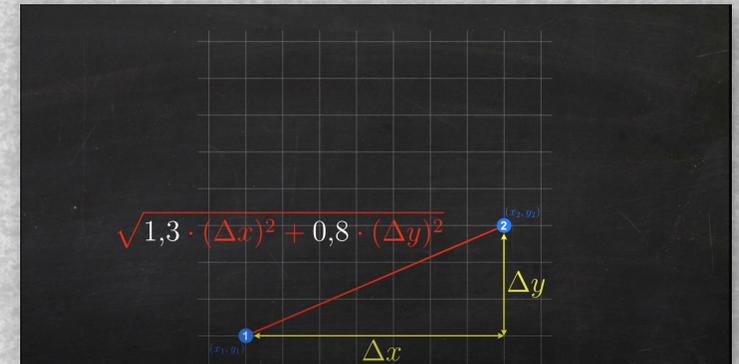
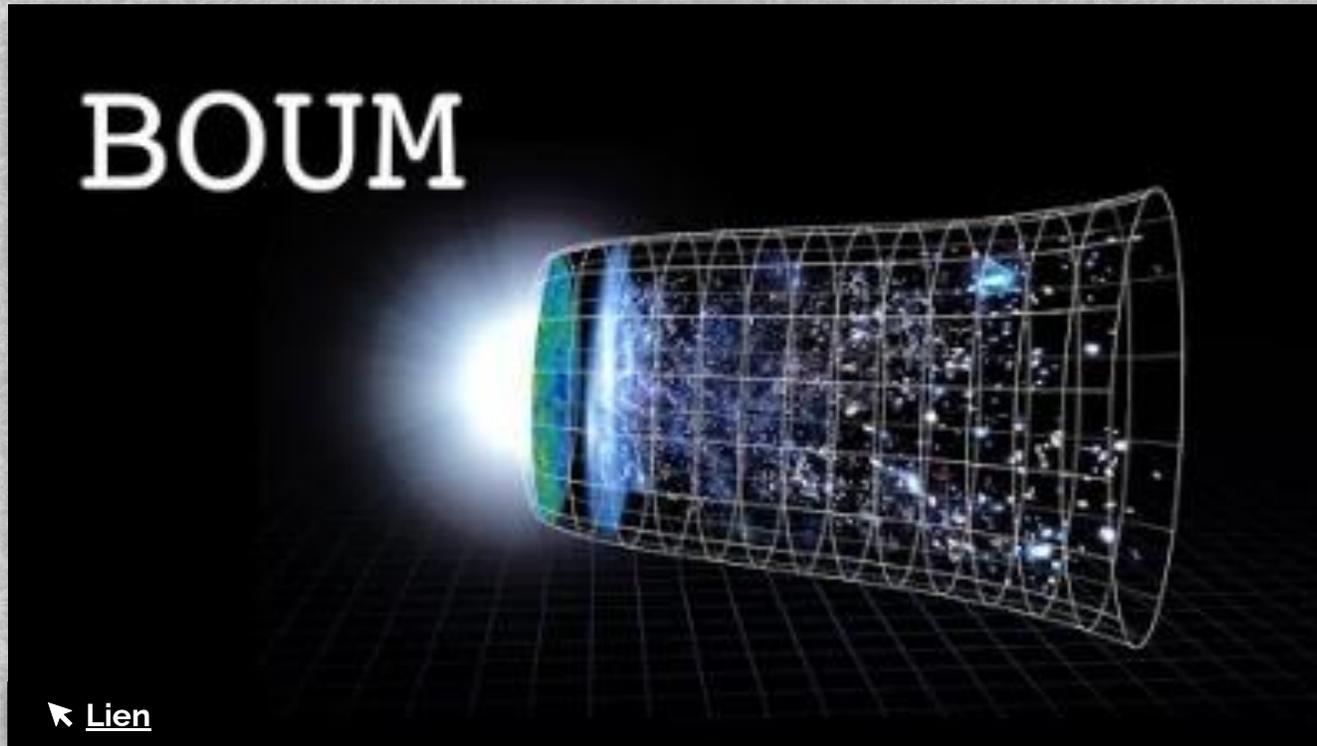
# Analyse d'une vidéo

L'esthétique facilite la compréhension en mobilisant la logique du lecteur



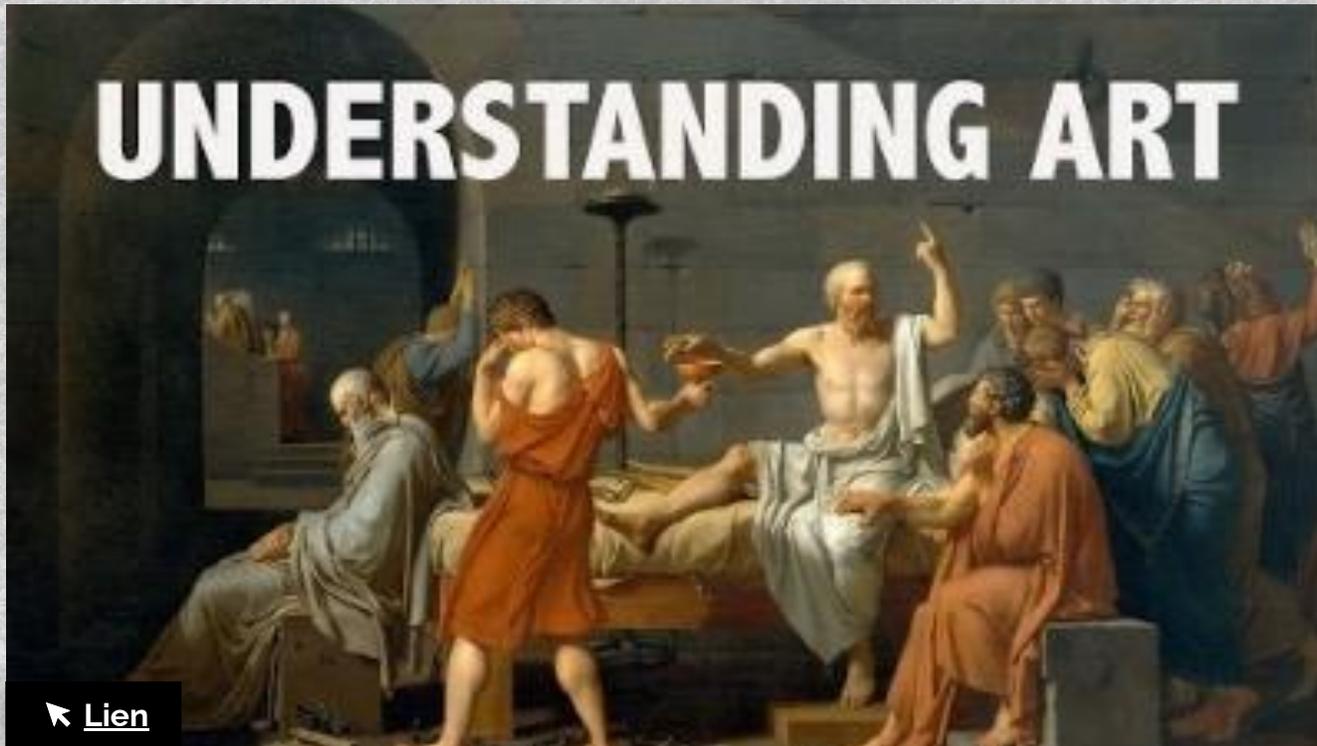
# Analyse d'une vidéo

Le design d'information passe aussi par l'analogie



# Analyse d'une vidéo

Rendre explicite l'implicite avec le design d'information



# Sommaire

- 03 | Qu'est-ce que le design d'information ?
- 25 | **La relation entre le fond et la forme**
  - Les exigences du fond et de la forme
  - Quelques pièges à éviter
  - Structurer une relation entre l'éditoriale et la production
- 35 | Les questions à se poser avant de commencer à produire de l'information
- 42 | Utilité et structure d'une charte graphique
- 57 | Construire et structurer des formats
- 85 | Petite mise en application

# Chaque facette du design d'information a des objectifs précis.

C'est le respect conjoint de ces exigences qui garantit la compréhension.

## Le fond | L'information

- Recueillir une information fiable
- Analyser, trier et hiérarchiser l'information
- Extraire les éléments de compréhension
- Agréger les notions complémentaires
- Éliminer les barrières à l'entrée
- Harmoniser le ton et créer un récit

## La forme | L'esthétique

- Identifier les briques élémentaires
- Formater les informations retenues
- Assurer la hiérarchie de l'information
- Garantir l'identité du format
- Dresser un chemin de lecture explicite
- Créer une esthétique innovante

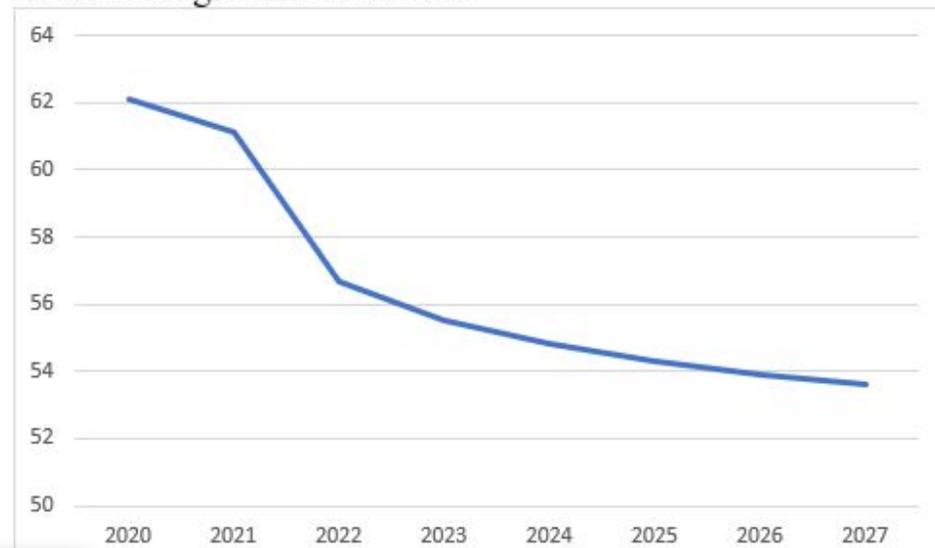
# Les pièges à éviter.

Toujours contextualiser et nuancer une information

## Une réduction drastique des dépenses publiques

Dépenses publiques de la France rapportées au PIB, en %

Source : Programme de stabilité



↗ [Lien](#)

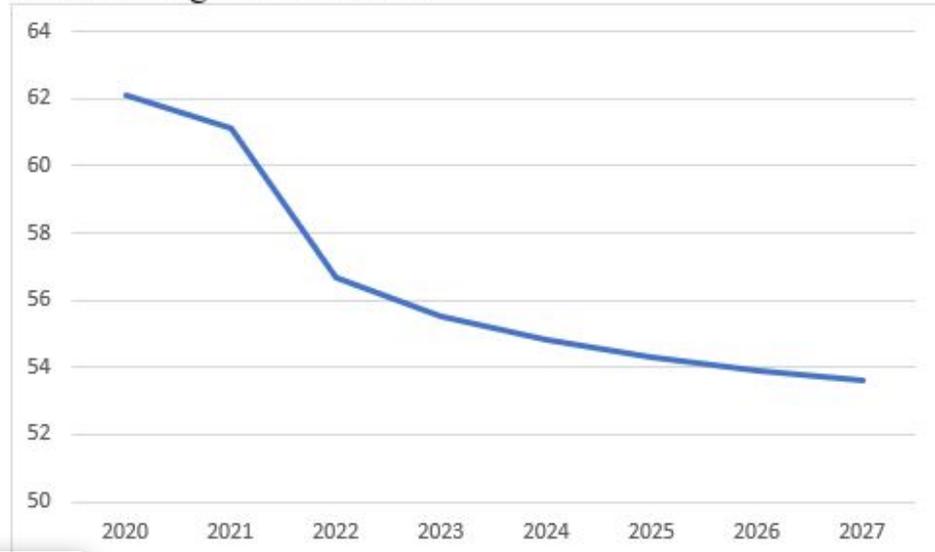
# Les pièges à éviter.

## Toujours contextualiser et nuancer une information

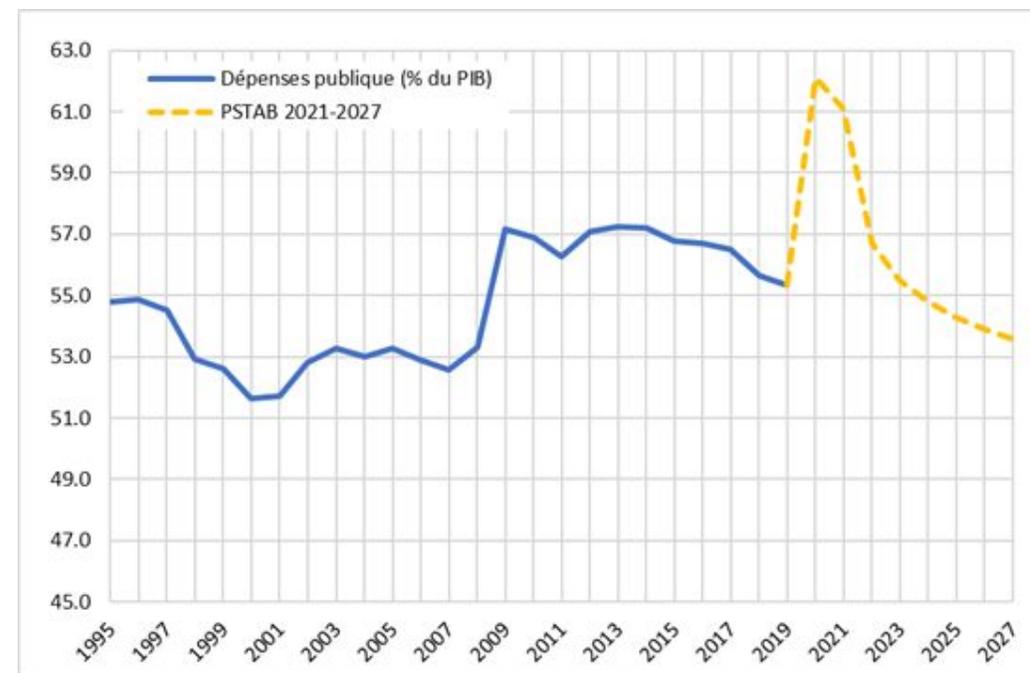
### Une réduction drastique des dépenses publiques

Dépenses publiques de la France rapportées au PIB, en %

Source : Programme de stabilité

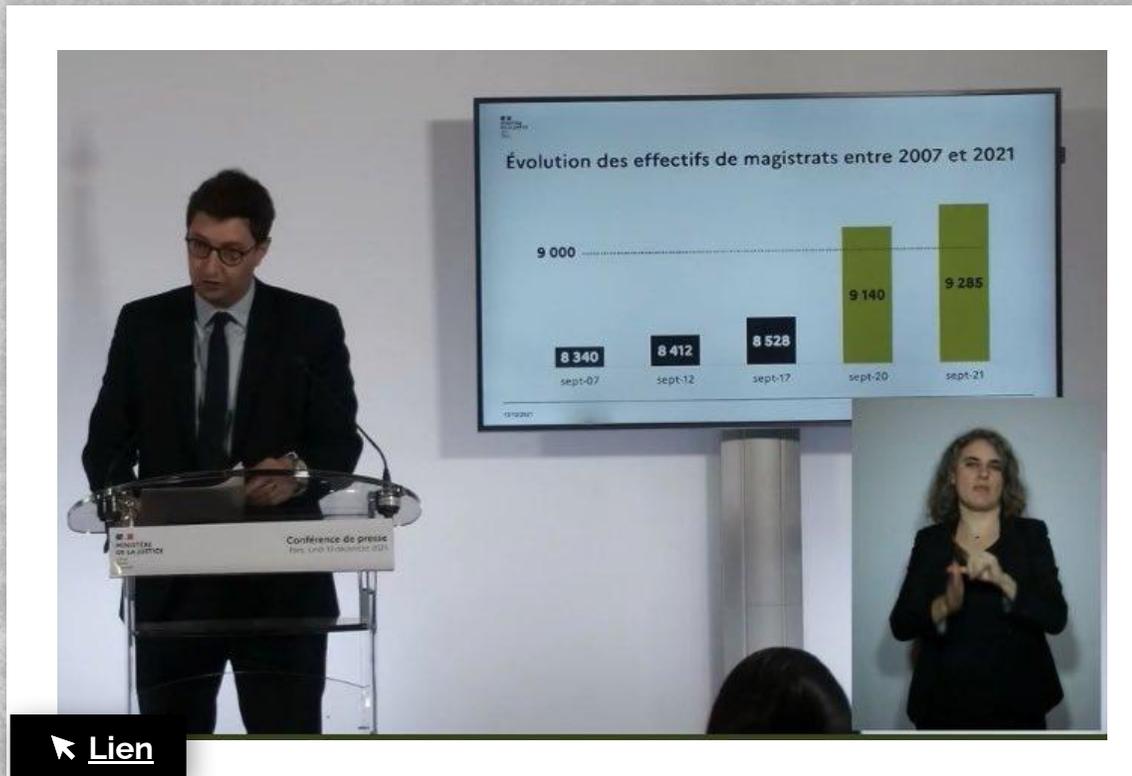


➔ [Lien](#)



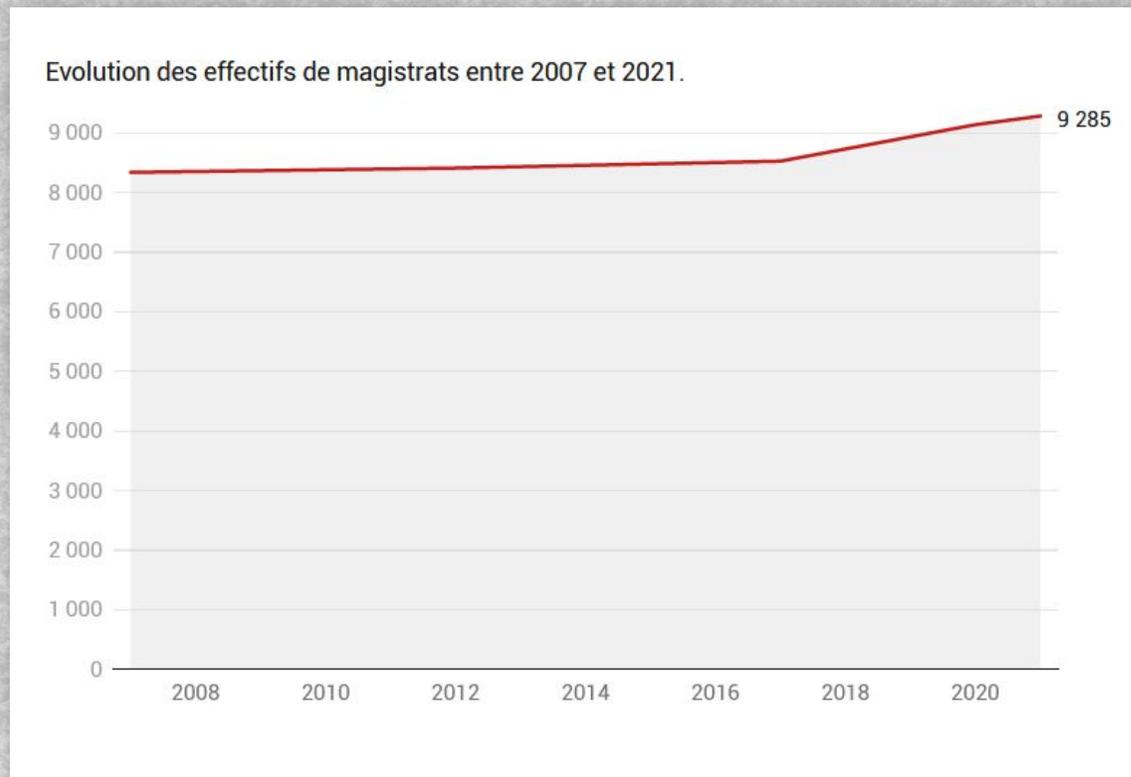
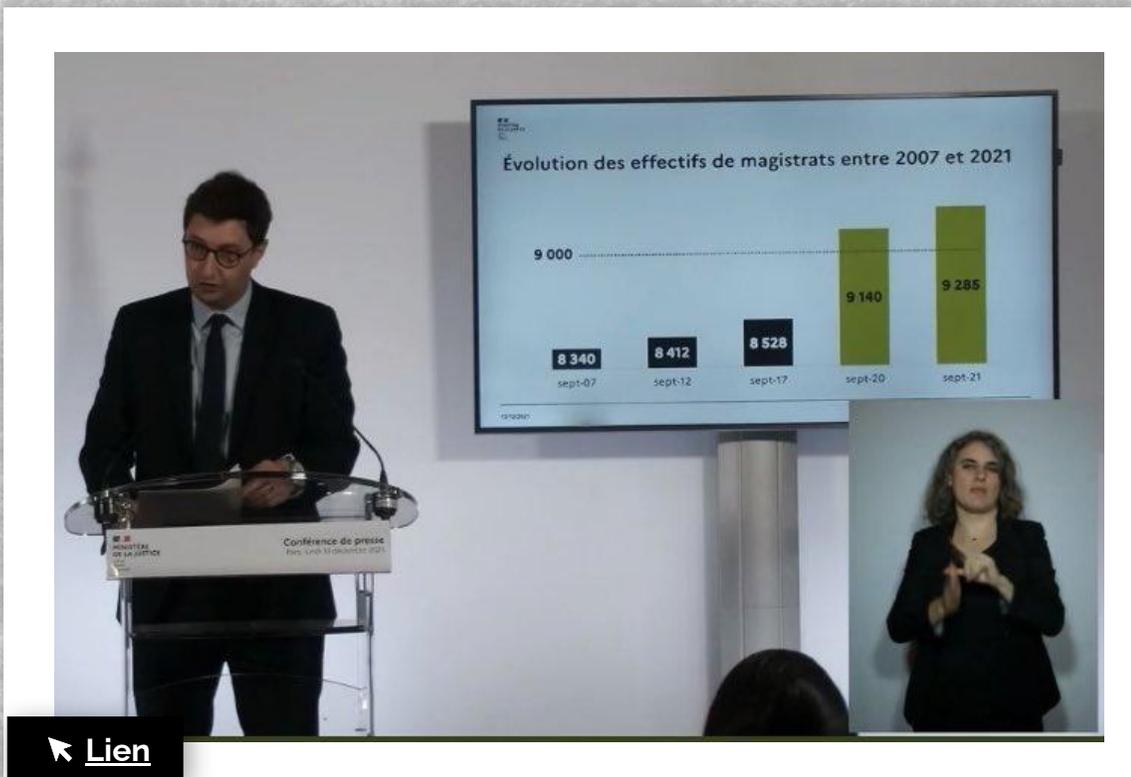
# Les pièges à éviter

Si l'information est vraie, l'esthétique peut en fausser sa perception



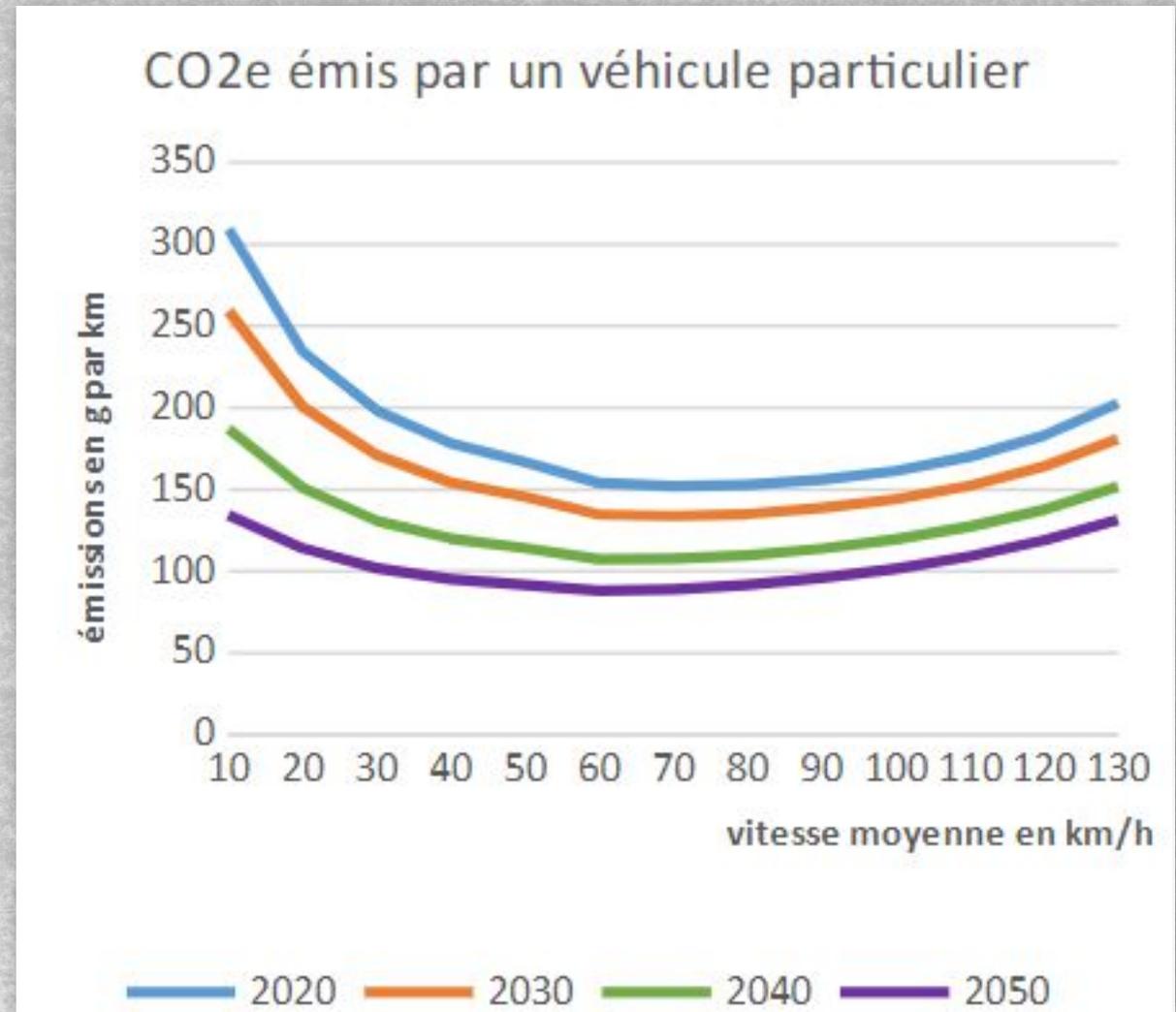
# Les pièges à éviter

Si l'information est vraie, l'esthétique peut en fausser sa perception



# Les pièges à éviter

↖ [Lien](#)



# La solution : rendre l'information autonome

↳ [Lien](#)

## LES CHIFFRES DU DÉBAT

### Mais ces mesures\* n'ont pas eu le même impact sur tous les individus

Impact des mesures socio-fiscales du quinquennat sur le niveau de vie selon le revenu des individus

\*mesures socio-fiscales votées au cours du quinquennat



#### Focus

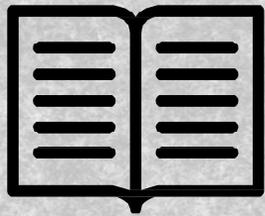
Selon l'IPP, l'impact sur les 5% les plus modestes est difficile à analyser car on y trouve beaucoup d'individus en situation "transitoire" (ex : un indépendant avec un faible revenu sur une année)

# L'éditorial et la production doivent communiquer dans le même langage et partager la même méthode.

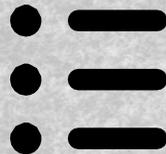
La création de ressources internes est souvent primordiale

## Travail éditorial

## Travail graphique



Lecture du rapport



Sélection des passages pertinents



Messages clefs



Éléments secondaires



Esthétique puissante



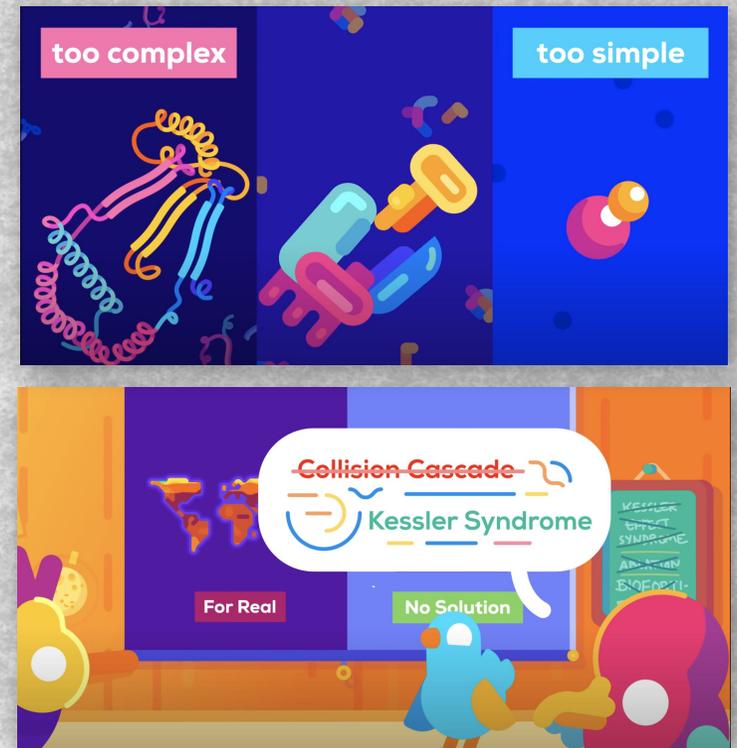
Esthétique légère

Segmentation des informations

Mise en forme cohérente

# Quelle méthode pour atteindre la confiance de ses internautes ?

L'exemple de Kurzgesagt est particulièrement éclairant

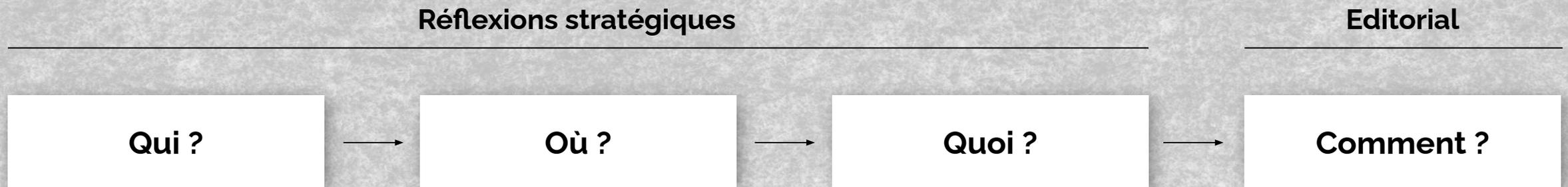


# Sommaire

- 03** | Qu'est-ce que le design d'information ?
- 25** | La relation entre le fond et la forme
- 35** | **Les questions à se poser avant de commencer à produire de l'information**
- Réflexions stratégiques
  - Méthode d'arbitrage
- 42** | Utilité et structure d'une charte graphique
- 57** | Construire et structurer des formats
- 85** | Petite mise en application

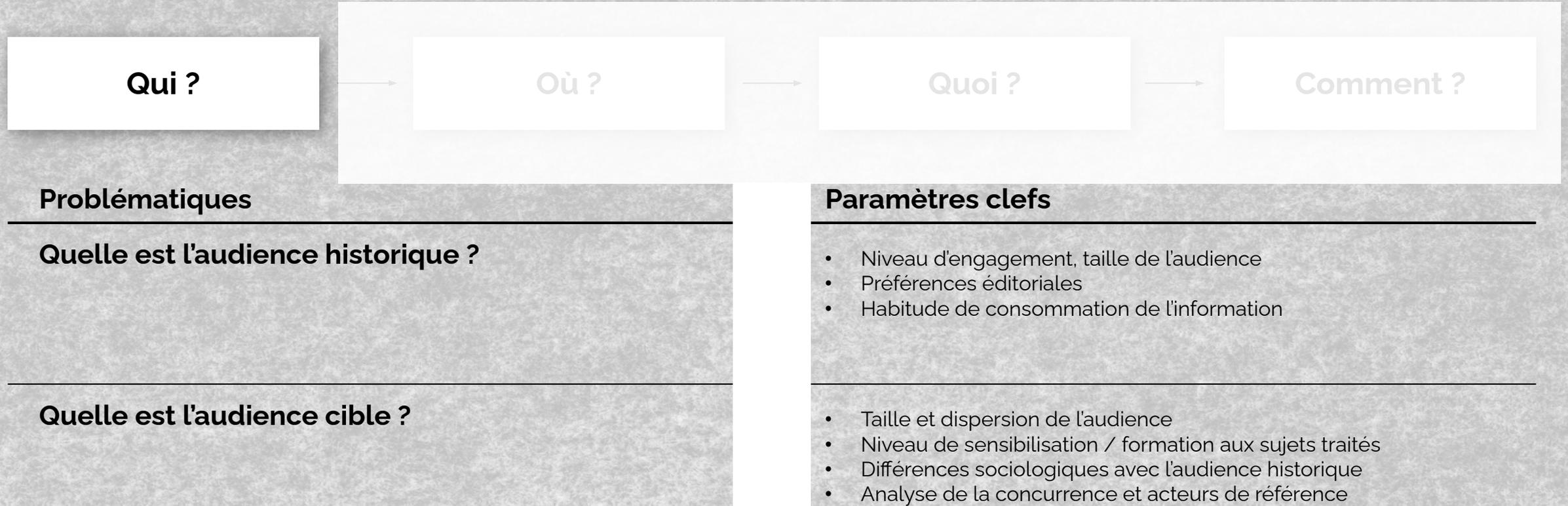
# Les formats produits doivent être pensés pour leur support de diffusion et leur audience.

Une réflexion préliminaire permet de dégager des arbitrages éditoriaux



# L'audience est la pierre angulaire des choix graphiques et éditoriaux d'un format.

Le design d'information n'est pas universel



# La performance d'un format dépend de son intégration et de l'habilité d'une audience à s'en saisir.

Ces contraintes techniques donnent une prime à la créativité.

Qui ?

Où ?

Quoi ?

Comment ?

## Problématiques

Sur quels réseaux la population cible consomme ce type de contenu ?

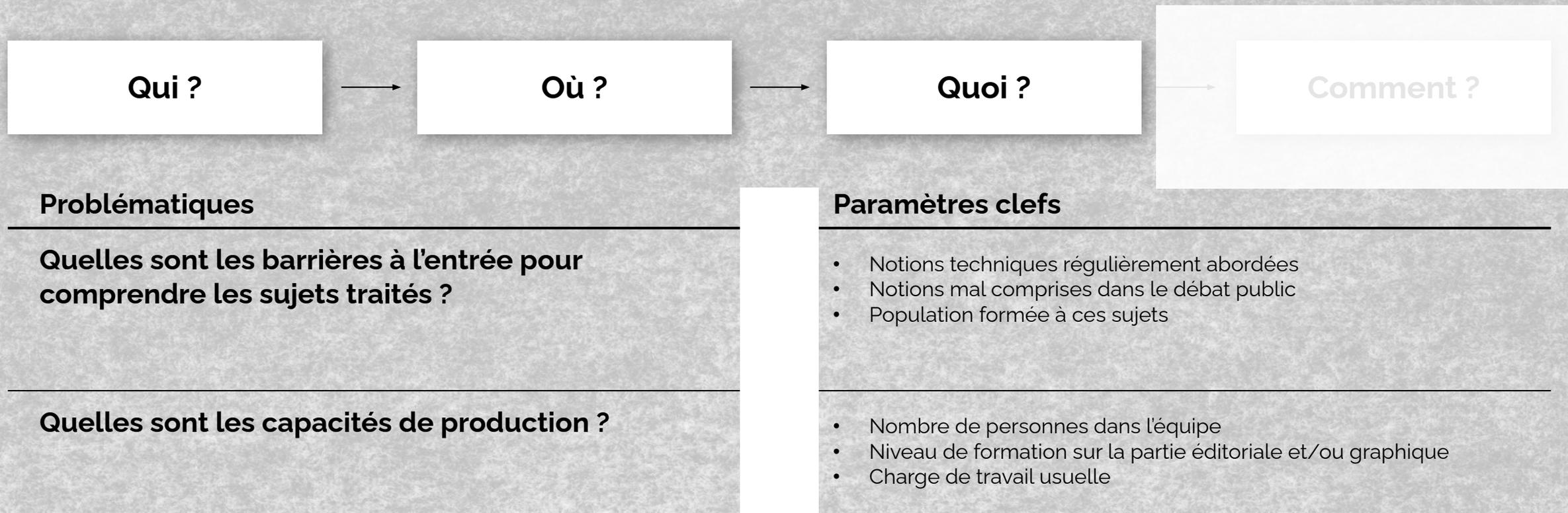
Quelles sont les contraintes et les coutumes sur ce réseau ?

## Paramètres clefs

- Dynamiques d'adhésion
- Analyse de la concurrence

- Dimensions des posts et contraintes temporelles
- Type de format majoritaire et type de réalisation
- Fréquence de publication
- Préférences de l'algorithme, voies de croissance organique

# Bien produire, c'est bien se connaître.



# On peut ensuite procéder à des choix éditoriaux et arbitrer entre plusieurs solutions.

## Le cahier des charges de la police principale des formats de Datagora



# On peut ensuite procéder à des choix éditoriaux et arbitrer entre plusieurs solutions.

## Exemples de tests de réalisation pour nourrir le choix

Raleway



Lato



Roboto



# Sommaire

- 03 | Qu'est-ce que le design d'information ?
- 25 | La relation entre le fond et la forme
- 35 | Les questions à se poser avant de commencer à produire de l'information
- 42 | **Utilité et structure d'une charte graphique**
  - Charte graphique et brand book
  - Utilité d'une charte graphique
  - Comment construire une charte graphique
- 57 | Construire et structurer des formats
- 85 | Petite mise en application

# L'exemple de Loopsider.

univers visuel

**vert**  
#58ec94

**blanc** #e5e5e5   **acier** #7f7f7f   **gris** #4c4c4c   **noir** #262626

**jaune** #d0fc33   **paon** #009073

**rose** #ff569f   **fushia** #c6448e

**Rational, Semi Bold**  
texte courant, titre ou paragraphe

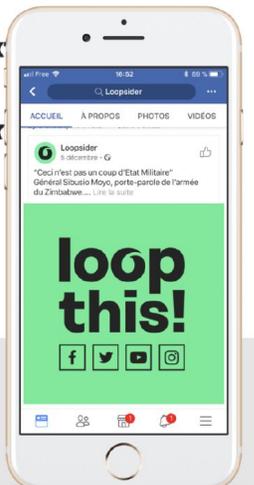
**Rational, Semi Bold Italic**  
sous-titre

**Rational, Ex**  
nom, citation, texte libre

**Rational, Ex**  
italique dans une citation

**loop this!**

**J'ai commencé à lire La Fable du Monde, grâce à un article paru**  
apostrophe, à ne pas confondre avec la prime de minute"  
nom d'une oeuvre, en italique



exergues

**J'écris de chez les moches, pour les moches, les vieilles**  
à privilégier : une exergue sur une ligne

**J'écris de chez les moches, pour les moches, les vieilles**  
à privilégier : une exergue sur un ou plusieurs mots

**J'écris de chez les moches, pour les moches, les vieilles**  
à bannir : une exergue sur deux lignes

**J'écris de chez les moches, pour les moches, les vieilles**  
à bannir : une exergue qui englobe plus de 40% du texte



# Un petit aperçu de la charte graphique des Surligneurs.

Quelles sont vos attentes et vos ambitions en termes de production ?

## LES SURLIGNEURS

Analyse de la charte graphique



Texte

Highlights

### OSWALD BOLD

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? ,

Memphis LT Std Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? ,

### LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed non risus.



# Qu'est-ce qu'une charte graphique au sens de Datagora ?

La charte repose sur deux piliers fondamentaux

## Charte graphique

### L'identité

- Créer un style propre à Datagora et attrayant
- Faire que chaque visuel soit identifiable
- Être flexible et garantir l'homogénéité de ses productions actuelles, ainsi que des formats futurs

### La clarté

- Garantir la lisibilité d'informations compliquées et denses
- Intégrer une large gamme d'outils
- Être capable d'apporter de la nuance visuelle

# L'exemple de l'OCDE

## Campagne « Future of work », 2020

### Couleurs



### Polices

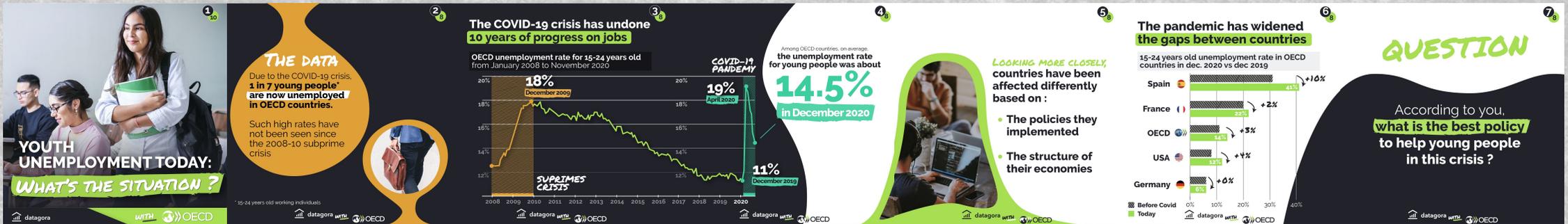
Neutre :

Aa Bc Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
Aa Bc Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Stylisée :

AA BC CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM NN OO PP QQ RR SS TT UU VV WW XX YY ZZ

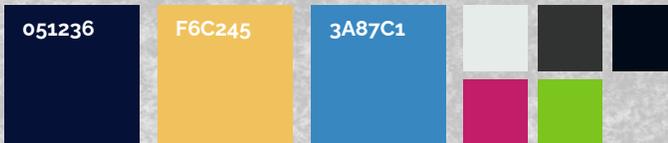
### Aperçu



# L'exemple de l'OCDE

Campagne récurrente, 2021

## Couleurs



## Aperçu

## Polices

Neutre :

Aa Bc Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Bc Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Stylisée :

Aa Bc Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

**1** 2021 : le retour de la croissance?

**2** L'impact de la pandémie varie fortement selon les pays  
Comparaison des croissances réelles du PIB par pays  
%, en glissement annuel

	2020	2021	2022
Allemagne	-5,5	2,8	3,3
Etats-Unis	-3,7	3,2	3,5
France	-9,1	6,0	3,3
Italy	-9,1	4,3	3,2
Monde	-4,2	4,2	3,7
Zone euro	-7,5	3,6	3,3

**3** Mais, globalement, le PIB mondial devrait retrouver son niveau d'avant-crise en septembre 2021

**4** Les perspectives s'éclaircissent : la reprise sera graduelle  
Projections actuelles sur le PIB mondial comparées à celles de novembre 2019 (indice base 100 nov. 2019)

**5** Point méthode :  
Un indice base 100 permet de comparer l'évolution de plusieurs indicateurs à partir d'une même date.  
Si l'indicateur atteint la valeur de 110 par exemple, cela signifie qu'il a augmenté de 10% par rapport à sa valeur initiale.

**6** La question  
Pensez-vous que les mesures de soutien économique ont été suffisantes ?

**7** datagora avec OCDE  
Organisation de Coopération et de Développement Economiques  
L'OCDE est une organisation internationale qui travaille avec les gouvernements et de nombreux partenaires dans plus de 100 pays, pour faire avancer les politiques publiques afin d'améliorer la vie des gens.

# L'exemple de France Stratégie

## Proposition de format, 2021

### Couleurs



### Police

Neutre :

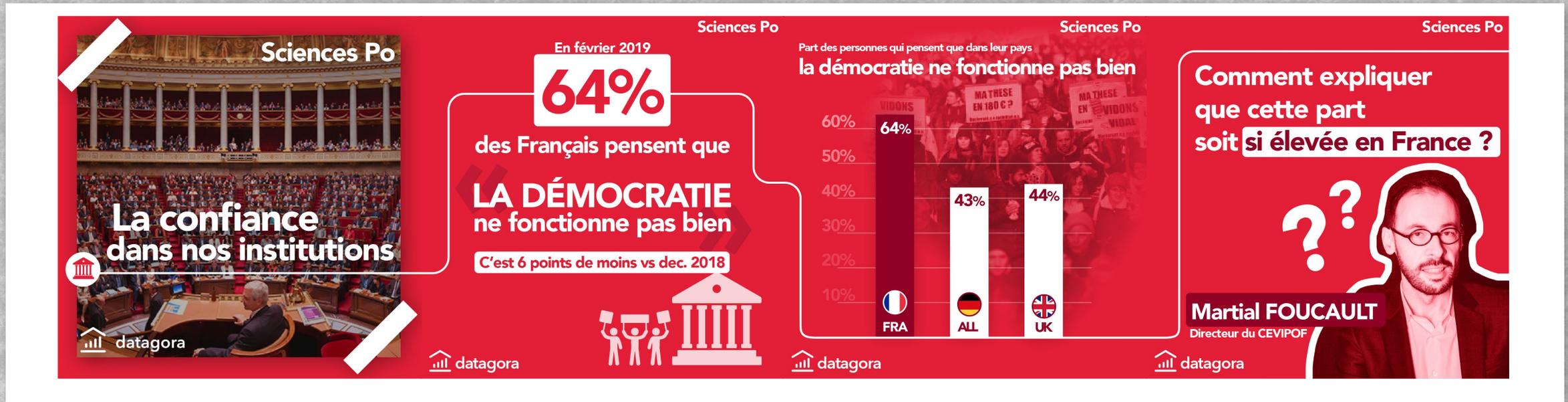
Aa Bc Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
Aa Bc Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

### Aperçu



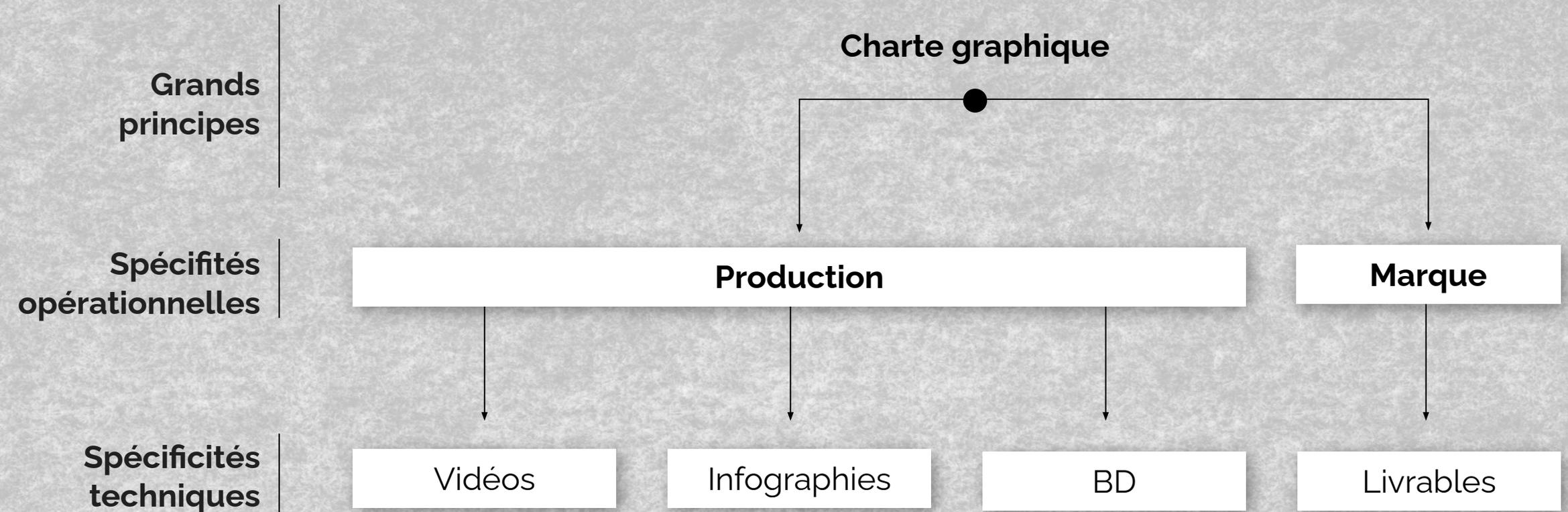
# L'exemple de Sciences Po

## Campagne « Baromètre CEVIPOF », 2020



# L'ensemble des formats doivent partager les mêmes fondamentaux graphiques.

Comment se structure une charte graphique ?



# Mais chaque format possède ses spécificités techniques qui sont définis par cette charte.

Comment se structure une charte graphique ?

## Grands principes

- Logos
- Slogan
- Polices
- Règles de design d'information, règle des trois « 1 »

## Spécifités opérationnelles

- Palettes et couleurs
- Ton d'écriture

## Spécificités techniques

- Templates
- Règles d'utilisation de la couleur
- Styles léger et impactant
- Règles d'utilisation des pictos



# Les règles d'utilisation de la couleur sont primordiales et assurent une cohérence.

La charte graphique décrit précisément leur utilisation

	Magenta	Utilité	Arrière plan	Premier plan	Ordre d'utilisation
Teinte <b>Nuit</b>		● ● ○	Oui	Non	∅
Teinte <b>Sombre</b>		● ● ●	Oui	Non	∅
Teinte <b>Contrastante 1</b>		● ● ●	Opacité réduite	Oui	●
Teinte <b>Contrastante 2</b>		● ● ●	Opacité réduite	Oui	●
Teinte <b>Annexe 1</b>		● ● ○	Non	Oui	●
Teinte <b>Annexe 2</b>		● ○ ○	Non	Oui	●

# Les règles d'utilisation de la couleur sont primordiales et assurent une cohérence.

La charte graphique décrit précisément leur utilisation

	Magenta	Graphique	Schéma	Picto	Texte
Teinte <b>Nuit</b>		Derrière le titre	Derrière le titre	Arrière-plan du picto	∅
Teinte <b>Sombre</b>		∅	∅	∅	∅
Teinte <b>Contrastante 1</b>		Élément #1	Info principale	Couleur du picto	Mots-clefs
Teinte <b>Contrastante 2</b>		Élément #2	Info secondaire	Couleur du picto	Mots-clefs
Teinte <b>Annexe 1</b>		Élément #3	Notions annexes	∅	∅
Teinte <b>Annexe 2</b>		Élément #4	Notions annexes	∅	∅

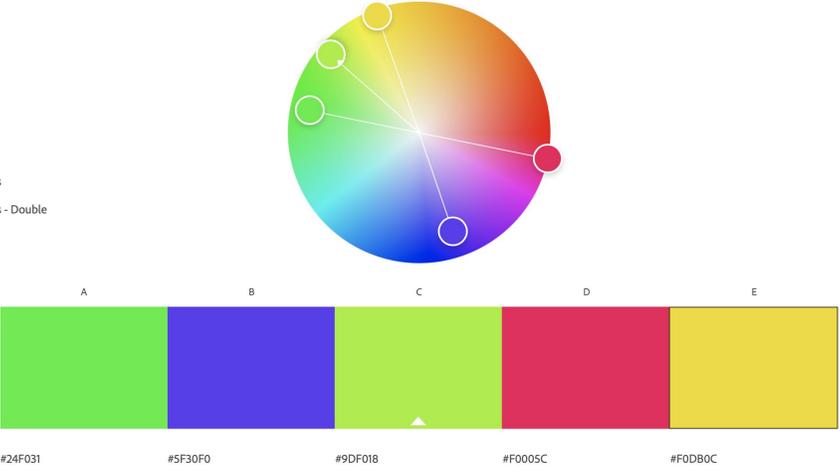
# Les choix sont faits sur des arbitrages précis en favorisant l'esthétique et le fonctionnel.

L'ensemble des cas de figure d'utilisation doit être anticipé

Roue chromatique   Extraire le thème   Extraire le dégradé   Outils d'accessibilité   Nouveau

Appliquer la règle d'harmonie chromatique

- Semblable
- Monochrome
- Triade
- Complémentaire
- Complémentaires partagées
- Complémentaires partagées - Double
- Carré
- Composite
- Nuances
- Personnalisé



A B C D E

#24F031   #5F30F0   #9DF018   #F0005C   #F0DB0C

[Lien](#)

Couleur du texte   Couleur d'arrière-plan   Rapport de contraste ?

#FFFFFF   #DB592A

3,84 / 1

Aperçu

Texte standard  
Plus le contraste de couleur est élevé, plus la lecture est facilitée

Texte grande taille  
Plus le contraste de couleur est élevé, plus la lecture est facilitée

Composants graphiques

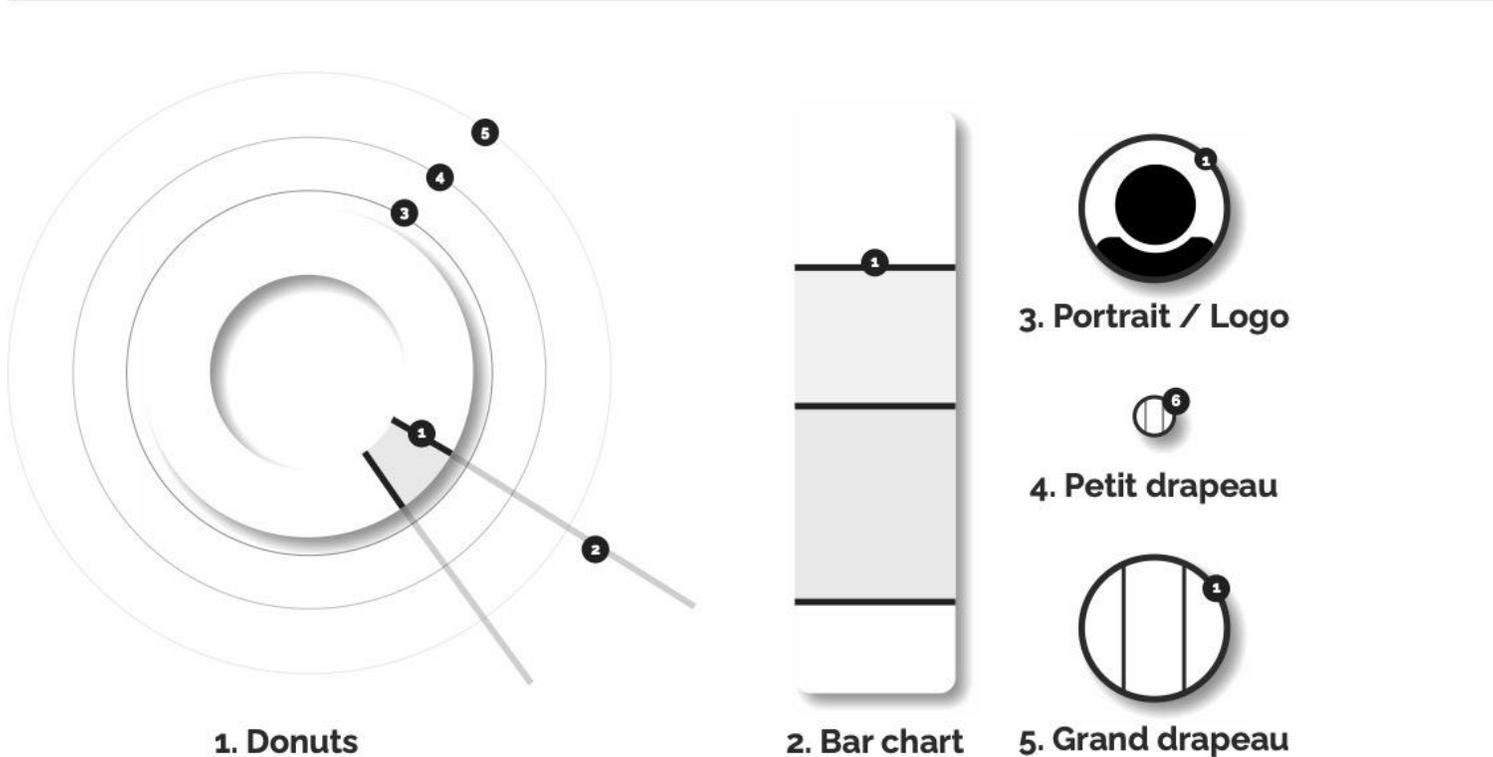
Échec pour 17 pt et moins

Réussite pour 18 pt et plus / gras 14 pt et plus

Réussite pour les icônes et graphismes artionnables

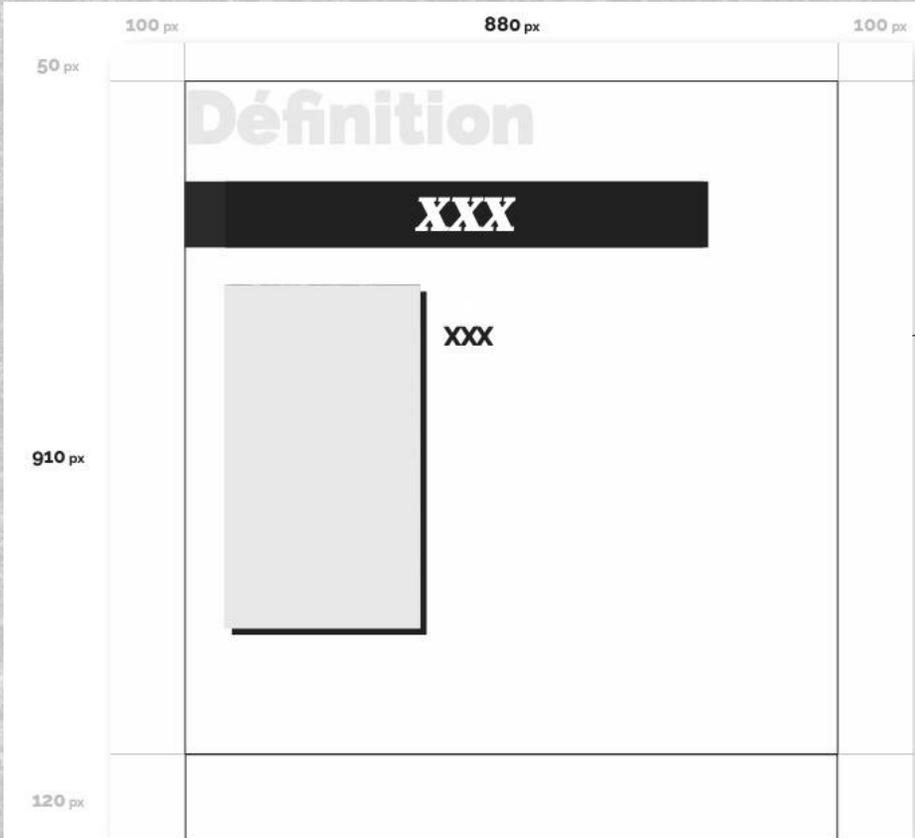
# Chaque objet est pensé pour être cohérent avec le format et pour être le plus compréhensible possible.

L'uniformité et la constance favorisent la compréhension

Objets	Traits	Epaisseur	Opacité
	1	5 px	100 %
	2	5 px	20 %
	3	1 px	50 %
	4	1 px	30 %
	5	1 px	10 %
	6	3 px	100 %

# En lien avec les besoins éditoriaux les structures ont paramètres pour une performance optimale.

L'éditorial doit intégrer les contraintes des supports de diffusion



The diagram shows a layout for a definition box. It features a central white box with a black header bar containing the text 'XXX'. Below the header is a grey rectangular area, also labeled 'XXX'. The layout is framed by a grid with dimensions: 100 px on the left and right sides, 50 px at the top, 910 px on the left side, and 120 px at the bottom. The word 'Définition' is written in a light grey font at the top left of the central box. To the right of the diagram, there is a table with two columns: 'Définition' and 'Paramètres'.

Définition	Paramètres
• <b>Disposition</b> La taille du paragraphe de la définition ne doit pas excéder la taille de l'image. L'image peut être la même que celle en couverture.	
• <b>Police</b> Mot défini : Zenon Black Italic, entre 65 et 95 px Définition : Raleway extrabold, 40 px, (ap -30)  Couleur : Blanche	
• <b>Mise en valeur</b> Changement de couleur du texte voire aplat de couleur Couleur : C1	

# Sommaire

- 03 | Qu'est-ce que le design d'information ?
- 25 | La relation entre le fond et la forme
- 35 | Les questions à se poser avant de commencer à produire de l'information
- 42 | Utilité et structure d'une charte graphique
- 57 | **Construire et structurer des formats**
  - La règle des trois « 1 »
  - Structurer pour former son audience
  - Labéliser et avoir trame éditoriale claire
- 85 | Petite mise en application

# Chez Datagora nous essayons de respecter 3 règles générales pour la conception de chaque visuel.

Ces principes permettent de guider l'innovation de nouveaux formats

# 1

Information

# 1

Couleur

# 1

Structure

# 1 information : chaque visuel se concentre autour d'un seul message clef.

C'est un principe central qui doit être anticipé dès la partie éditoriale

## Règles de priorité de l'information

---

1. Une information ou une idée par visuel / plan.
2. Ce qui est plus important est plus gros et plus gras.
3. Les highlights ne sont utilisés que pour le message clef.

- Qu'il s'agisse d'un plan vidéo ou d'une infographie la règle est la même : il vaut mieux faire 2 plans/ visuels pour deux informations que de tout condenser en un seul.
- Ce principe nécessite de hiérarchiser l'information et le contenu présent sur chaque plan.
- Chaque plan n'intègre qu'une information nécessaire et explicite.
- Cela nécessite de dégrossir et décomposer les messages complexes en plusieurs parties.

# 1 couleur : chaque production respecte une couleur dominante.

C'est la cohérence de la forme pour appuyer la compréhension du fond

## Règles de cohérence visuelle

---

1. Les règles d'utilisation de la couleur doivent-êtré respectées.
2. Les vidéos et les photos choisies déterminent la palette utilisée.
3. Les choix graphiques doivent toujours respecter la charte (style des pictos, fioritures graphiques, etc).

- Les règles de cohérence visuelle ont un double rôle : **assurer la bonne compréhension et diffuser l'identité du média.**
- L'image est un relai puissant d'attractivité. C'est pourquoi les formats et leurs couleurs doivent être en symbiose avec les supports médias choisis.
- L'ensemble des éléments présent sur les productions sont définis par la charte : de la police aux pictos en passant par les éléments graphiques statistiques.

# 1 structure : la charte s'applique dans le respect stricte des templates.

Un même type d'info est toujours traitée de la même manière

## Règles d'application des templates

---

1. Anticiper et bien respecter la structure des templates dès la conception éditoriale.
2. Conserver les paramètres fournis par les templates (marges, tailles de polices, etc).
3. Reprendre au maximum des compositions déjà réalisées. Dans le cadre d'une nouvelle composition, s'inspirer au maximum de ce qui a déjà été fait.

- Afin de faciliter la compréhension, tous les plans et infographies doivent rigoureusement suivre une structure spécifiquement pensée pour l'information mise en avant.
- Cette structure segmente l'information en plusieurs éléments pour en faciliter la compréhension
- Cette structure assure aussi une cohérence entre les différents formats afin d'habituer et former l'internaute à la lecture des formats.
- Elle permet d'ancrer l'identité dans les réalisations.

# Chaque création respecte la dualité d'un message percutant, dans un format léger.

## Un message impactant

- **Tout le travail éditorial est de dégrossir une information très riche et complexe en des messages simples, courts et percutants.**
- **Les productions isolent les messages clefs et garantissent leur compréhension au plus grand nombre, grâce à une identité puissante, dynamique et imposante.**

## Un format léger

- **Mais le format se doit d'être le garant d'une information fiable qui sait restituer la rigueur de ses sources et la nuances de messages clefs.**
- **Ainsi l'identité doit aussi être légère pour garantir la lisibilité des visuels, car les informations sont nombreuses, complexes et nécessitent d'être démarquées du message clef.**

# En amont, la partie éditoriale retraits l'information et la segmente en deux selon cette dualité.

C'est la garantie que les scripts seront alignés avec les templates

## 1. Style impactant

## 2. Style léger

### Eléments de narration

- La narration principale de chaque composition. Le message clef que l'on doit retenir.

*Il est en langage plus courant, facilement appréhendable mais moins précis.*

- Les nuances, le contexte, les acronymes et autres précisions du message clef.

*Ils n'aident pas à la compréhension mais consolident le langage courant du message avec un ton plus rigoureux.*

### Contenus graphiques

- La notion clef d'un graphique, le chiffre important du message, un terme scientifique récurrent que l'on définit dans le format.

*Ces éléments sont courts (parfois juste un mot). Seuls un ou deux éléments sont mis en avant : ce sont les éléments qui illustrent le mieux la narration. Ex : une donnée d'une année.*

- Les titres des graphiques, les unités, les légendes, les footnotes, et autres éléments de rigueur.

*L'ensemble des éléments du contenu qui ne sont pas mis en avant doivent être restitués dans une forme plus légère. Ils doivent se détacher du message clef.*

# Il faut identifier et reformuler le message clef, tout en conservant les éléments de rigueur.

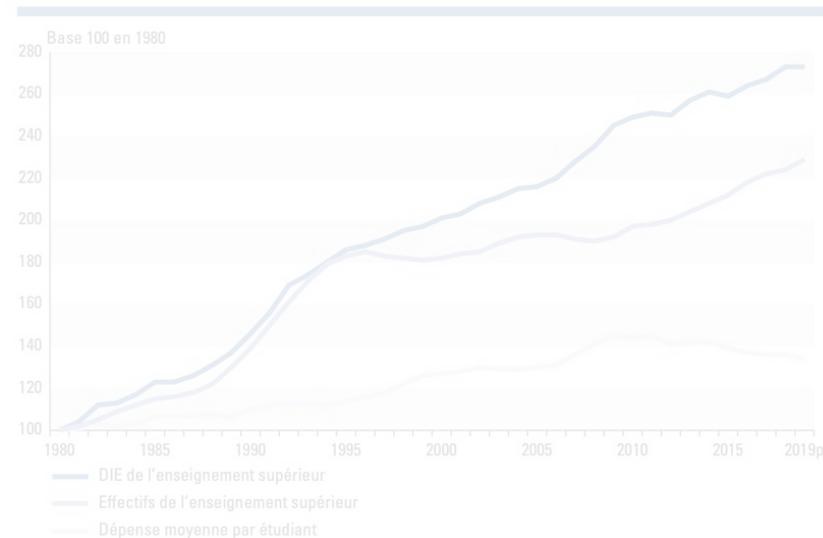
Ce message guide la compréhension et isole les éléments principaux

dans les secteurs public et privé confondus : en 2019, ils sont près de 2,8 millions d'étudiants en France, soit +1,6 % par rapport à 2018. Leur nombre a augmenté de 11,5 % depuis 2014 et de 21,3 % sur les dix dernières années (+16,4 % dans le public et +43,9 % dans le privé).

(+0,2 % en 2019, +4,7 % depuis 2014 et +11,7 % en dix ans),

(-1,4 % en 2019 et -6,1 % depuis 2014). Depuis 2009, la baisse est de 7,9 %. Avec une moyenne de 11 530 € pour l'ensemble du supérieur en 2019, le coût d'un étudiant est maintenant en-deçà de son niveau de 2007. À cette époque, le nombre d'étudiants

FIGURE 1 - Évolution de la DIE, de la dépense moyenne et des effectifs(\*) de l'enseignement supérieur (indice base 100 en 1980, prix 2019)



## 1. Style impactant

- **Narration : Même si la dépense augmente, la dépense par étudiant a baissé depuis 2010 car les effectifs augmentent plus vite que le budget.**

- Contenu : Evolution du budget total et de la dépense par étudiant.

## 2. Style léger

- Contenu : titre du graphique (reformulé), évolution des effectifs, lecture de l'indice et légende complète.

# Il faut identifier et reformuler le message clef, tout en conservant les éléments de rigueur.

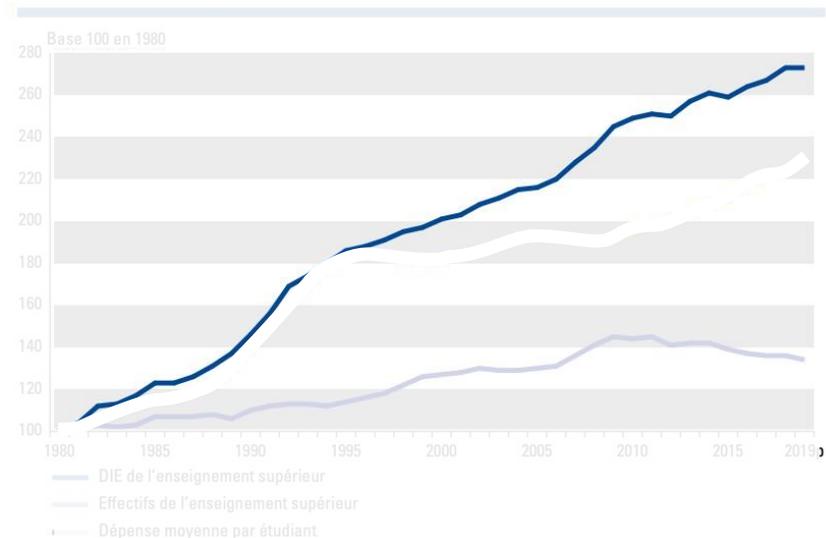
## Ce message guide la compréhension et isole les éléments principaux

... dans les secteurs public et privé confondus : en 2019, ils sont près de 2,8 millions d'étudiants en France, soit +1,6 % par rapport à 2018. Leur nombre a augmenté de 11,5 % depuis 2014 et de 21,3 % sur les dix dernières années (+16,4 % dans le public et +43,9 % dans le privé).

(+0,2 % en 2019, +4,7 % depuis 2014 et +11,7 % en dix ans),

(-1,4 % en 2019 et -6,1 % depuis 2014). Depuis 2009, la baisse est de 7,9 %. Avec une moyenne de 11 530 € pour l'ensemble du supérieur en 2019, le coût d'un étudiant est maintenant en-deçà de son niveau de 2007. À cette époque, le nombre d'étudiants

FIGURE 1 - Évolution de la DIE, de la dépense moyenne et des effectifs(\*) de l'enseignement supérieur (indice base 100 en 1980, prix 2019)



### 1. Style impactant

- **Narration** : Même si la dépense augmente, la dépense par étudiant a baissé depuis 2010 car les effectifs augmentent plus vite que le budget.
- **Contenu** : Evolution du budget total et de la dépense par étudiant.

### 2. Style léger

- **Contenu** : titre du graphique (reformulé), évolution des effectifs, lecture de l'indice et légende complète.

# Il faut identifier et reformuler le message clef, tout en conservant les éléments de rigueur.

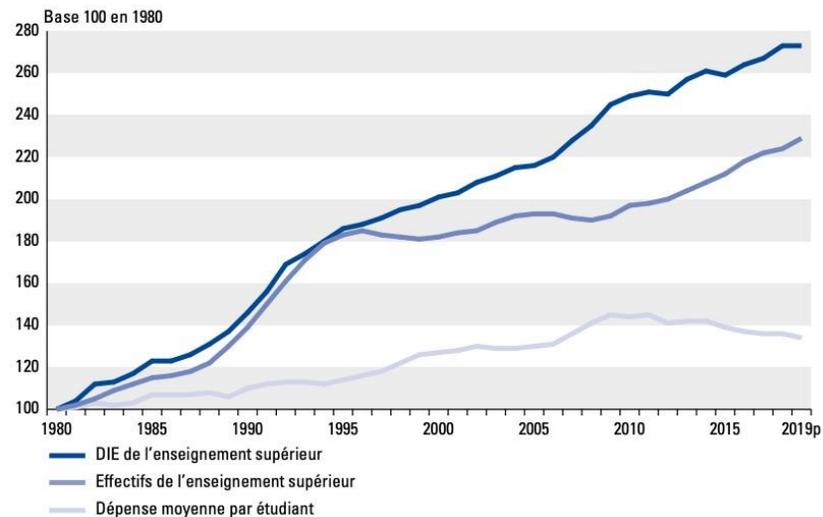
Ce message guide la compréhension et isole les éléments principaux

dans les secteurs public et privé confondus : en 2019, ils sont près de 2,8 millions d'étudiants en France, soit +1,6 % par rapport à 2018. Leur nombre a augmenté de 11,5 % depuis 2014 et de 21,3 % sur les dix dernières années (+16,4 % dans le public et +43,9 % dans le privé).

(+0,2 % en 2019, +4,7 % depuis 2014 et +11,7 % en dix ans),

(-1,4 % en 2019 et -6,1 % depuis 2014). Depuis 2009, la baisse est de 7,9 %. Avec une moyenne de 11 530 € pour l'ensemble du supérieur en 2019, le coût d'un étudiant est maintenant en-deçà de son niveau de 2007. À cette époque, le nombre d'étudiants

**FIGURE 1 - Évolution de la DIE, de la dépense moyenne et des effectifs(\*) de l'enseignement supérieur (indice base 100 en 1980, prix 2019)**



## 1. Style impactant

- **Narration** : Même si la dépense augmente, la dépense par étudiant a baissé depuis 2010 car les effectifs augmentent plus vite que le budget.
- **Contenu** : Evolution du budget total et de la dépense par étudiant.

## 2. Style léger

- **Contenu** : titre du graphique (reformulé), évolution des effectifs, lecture de l'indice et légende complète.

# Il faut identifier et reformuler le message clef, tout en conservant les éléments de rigueur.

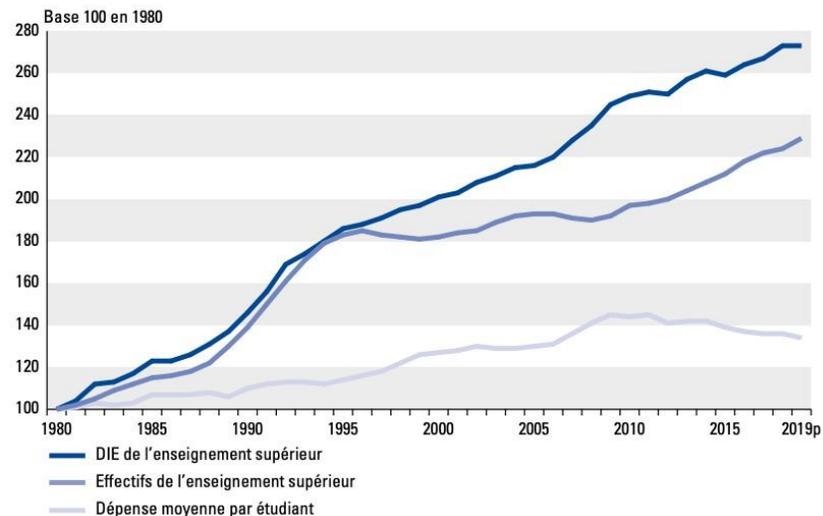
Ce message guide la compréhension et isole les éléments principaux

dans les secteurs public et privé confondus : en 2019, ils sont près de 2,8 millions d'étudiants en France, soit +1,6 % par rapport à 2018. Leur nombre a augmenté de 11,5 % depuis 2014 et de 21,3 % sur les dix dernières années (+16,4 % dans le public et +43,9 % dans le privé).

(+0,2 % en 2019, +4,7 % depuis 2014 et +11,7 % en dix ans),

(-1,4 % en 2019 et -6,1 % depuis 2014). Depuis 2009, la baisse est de 7,9 %. Avec une moyenne de 11 530 € pour l'ensemble du supérieur en 2019, le coût d'un étudiant est maintenant en-deçà de son niveau de 2007. À cette époque, le nombre d'étudiants

**FIGURE 1 - Évolution de la DIE, de la dépense moyenne et des effectifs(\*) de l'enseignement supérieur (indice base 100 en 1980, prix 2019)**



## 1. Style impactant

- **Narration** : Même si la dépense augmente, la dépense par étudiant a baissé depuis 2010 car les effectifs augmentent plus vite que le budget.
- **Contenu** : Evolution du budget total et de la dépense par étudiant.

## 2. Style léger

- **Contenu** : titre du graphique (reformulé), évolution des effectifs, lecture de l'indice et légende complète.

# La production doit garder cette dualité et utiliser de manière cohérente les ressources de la charte.

Il convient d'utiliser tous les outils graphiques pour démarquer le message

Outils	1. Style impactant 30% de la composition	2. Style léger 70% de la composition
Disposition	Premier plan	Arrière-plan, parfois premier-plan
Taille	Grosse	Petite
Gras	Epais	Fin
Polices	Raleway extrabold, Zenon black italic	Raleway extrabold, Raleway regular
Couleur	Oui	Non
Opacité	Pleine	Pleine ou atténuée
Ombre portée	Si oui, forte	Si oui, moyenne ou faible

# Les informations segmentées sont mis en forme dans les styles correspondant avec les outils de la charte.

Tout ceci en gardant en tête la règle des « trois “1” »

## 1. Style impactant

- Narration : Même si la dépense augmente, la dépense par étudiant a baissé depuis 2010 car les effectifs augmentent plus vite que le budget.

- Contenu : Evolution du budget total et de la dépense par étudiant.

## 2. Style léger

- Contenu : titre du graphique (reformulé), évolution des effectifs, lecture de l'indice et légende complète.

## Outils

- Raleway extrabold
- Taille > 50px
- Highlight couleur



# Les informations segmentées sont mis en forme dans les styles correspondant avec les outils de la charte.

Tout ceci en gardant en tête la règle des « trois “1” »

## 1. Style impactant

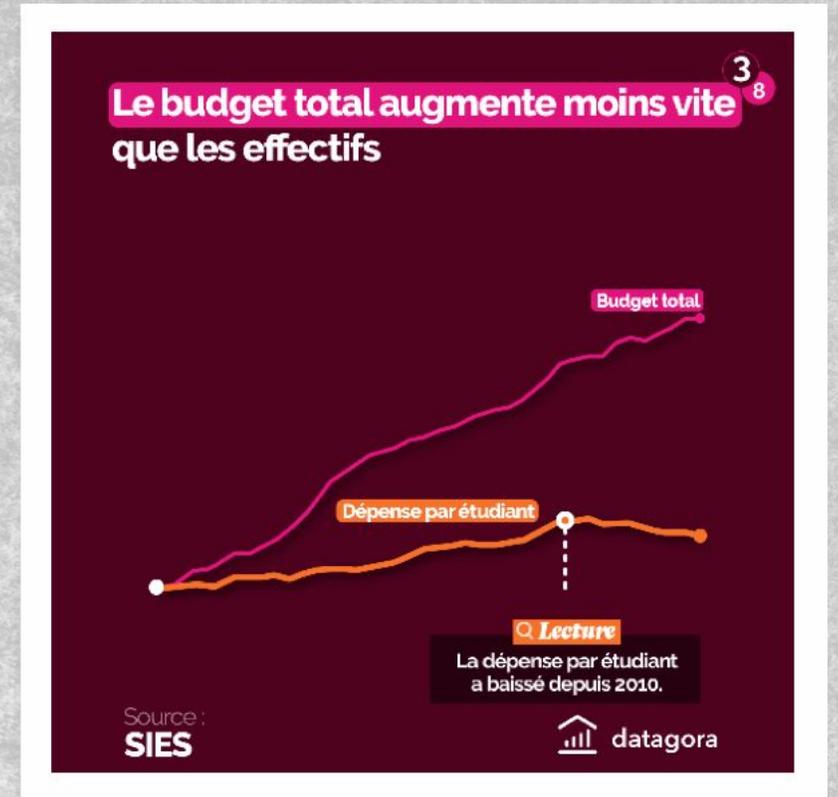
- **Narration** : Même si la dépense augmente, la dépense par étudiant a baissé depuis 2010 car les effectifs augmentent plus vite que le budget.
- **Contenu** : Evolution du budget total et de la dépense par étudiant.

## 2. Style léger

- **Contenu** : titre du graphique (reformulé), évolution des effectifs, lecture de l'indice et légende complète.

## Outils

- **Raleway extrabold**
- **Zenon black italic**
- **Highlight couleur**
- **Traits gros et gras**



# Les informations segmentées sont mis en forme dans les styles correspondant avec les outils de la charte.

Tout ceci en gardant en tête la règle des « trois “1” »

## 1. Style impactant

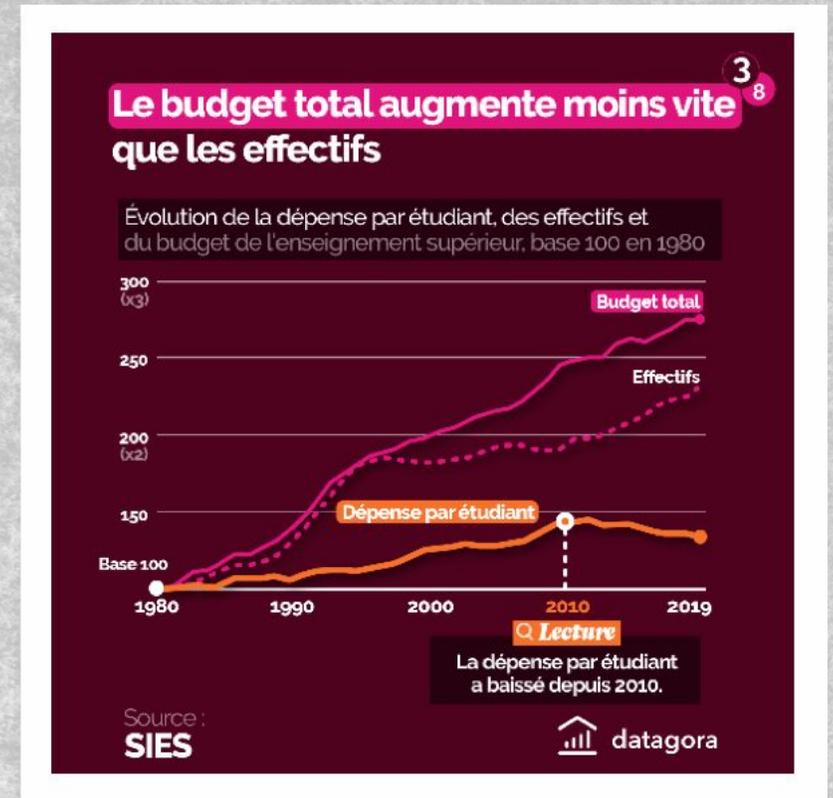
- **Narration** : Même si la dépense augmente, la dépense par étudiant a baissé depuis 2010 car les effectifs augmentent plus vite que le budget.
- **Contenu** : Evolution du budget total et de la dépense par étudiant.

## 2. Style léger

- **Contenu** : titre du graphique (reformulé), évolution des effectifs, structure graph et légende complète.

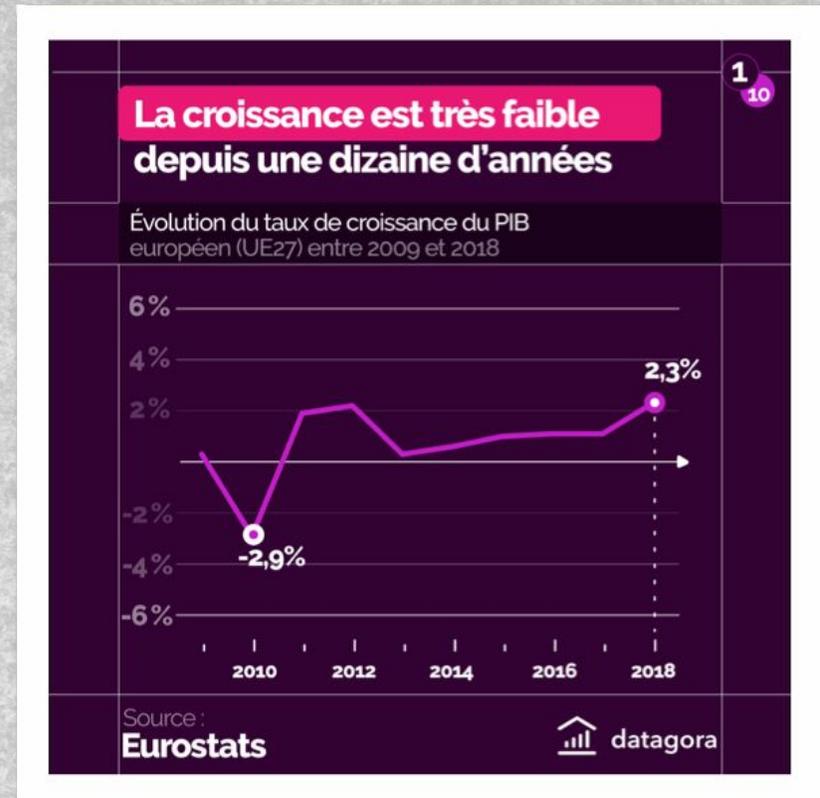
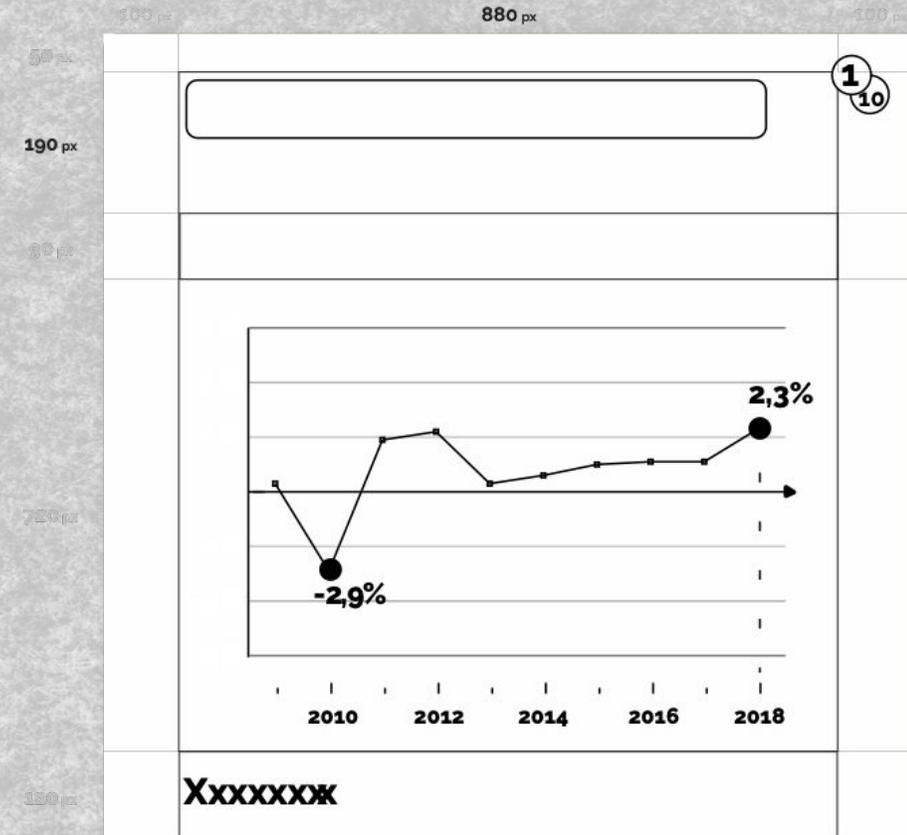
## Outils

- **Raleway extrabold**
- **Raleway regular**
- **Taille <40 px**
- **Traits fins / pointillés**
- **Faible opacité**



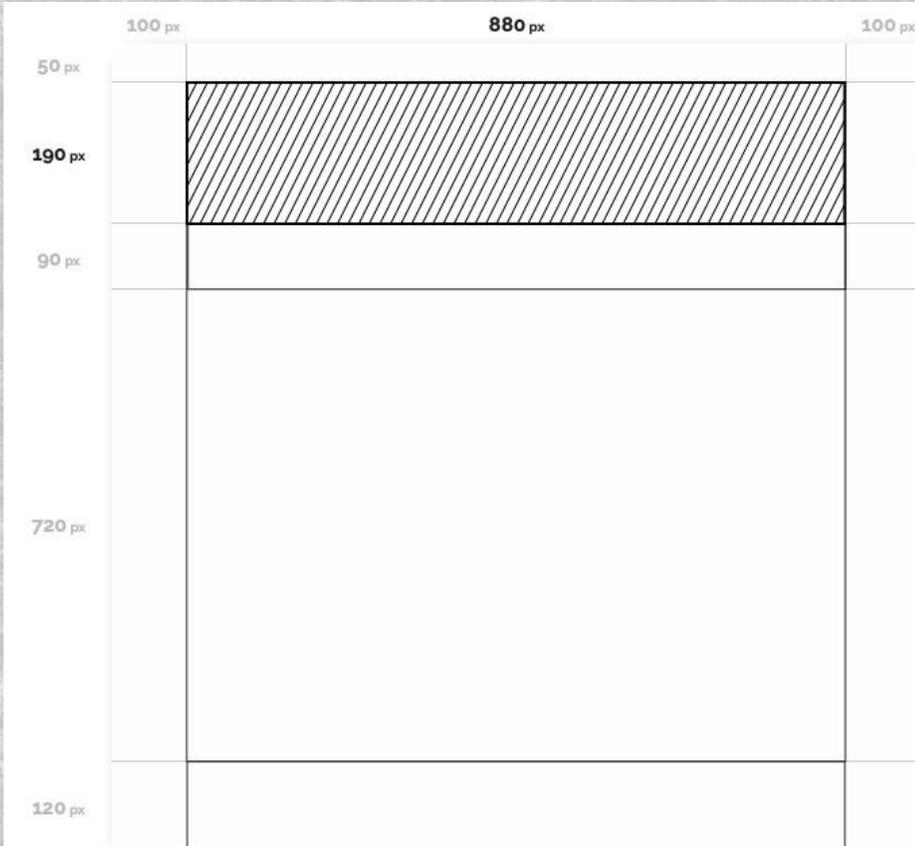
# Tous les visuels possèdent une structure fixe qui aide l'internaute dans sa lecture.

L'idée est de former le lecteur à la compréhension de ces informations



# Chaque poste possède un fil narratif qui guide le lecteur et lui introduit les points saillants du sujet.

C'est la porte d'entrée du lecteur sur chaque visuel



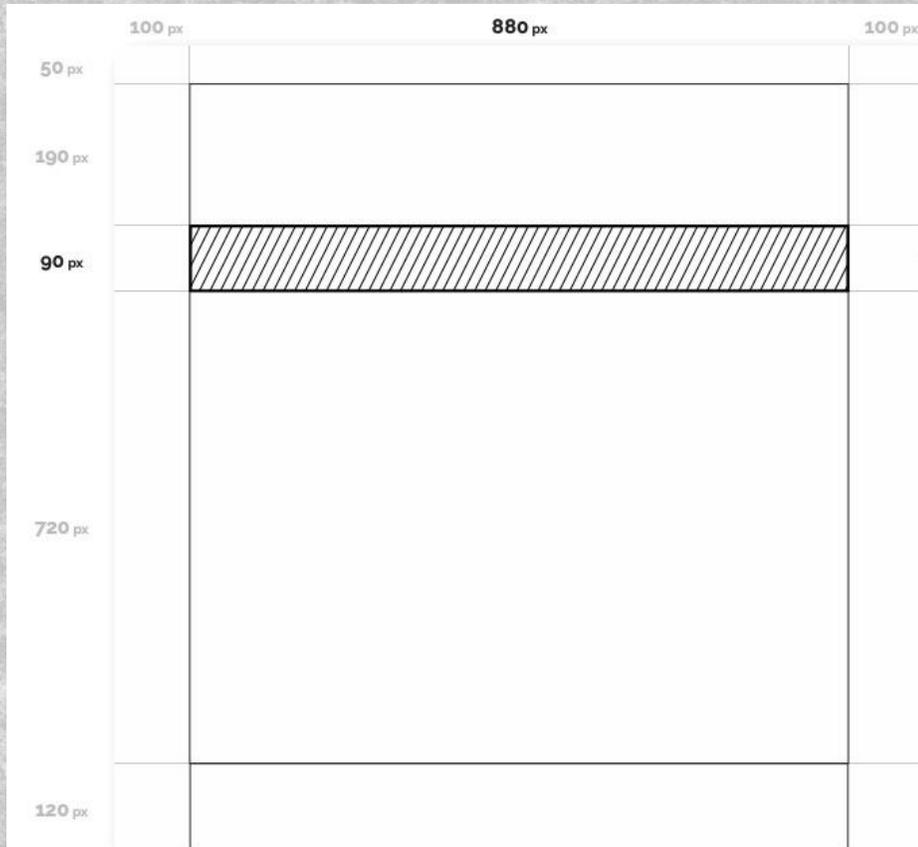
The diagram shows a rectangular layout with dimensions: 100 px on the left and right sides, 880 px in the top center, and 120 px at the bottom. A shaded rectangular area at the top is labeled 'Zone de titre'. The vertical dimensions on the left are 50 px, 190 px, 90 px, 720 px, and 120 px.

**Zone de titre**

- C'est le coeur du visuel : 2 lignes résumant dans un langage accessible l'idée à retenir du visuel.
- En pratique, la seule lecture de ces titres suffit à retenir tous les messages clefs. Le reste des visuels ne sert qu'à illustrer ces propos.
- Ces titres guident l'internaute dans le format et font ainsi le liant entre chaque visuel.
- Ainsi, ils sont naturellement mis en forme dans le style impactant.

# Une fois que lecteur a lu le titre, il peut aller plus loin en parcourant le contenu détaillé en-dessous.

Le sous-titre précise la compréhension et emmène lecteur vers les détails

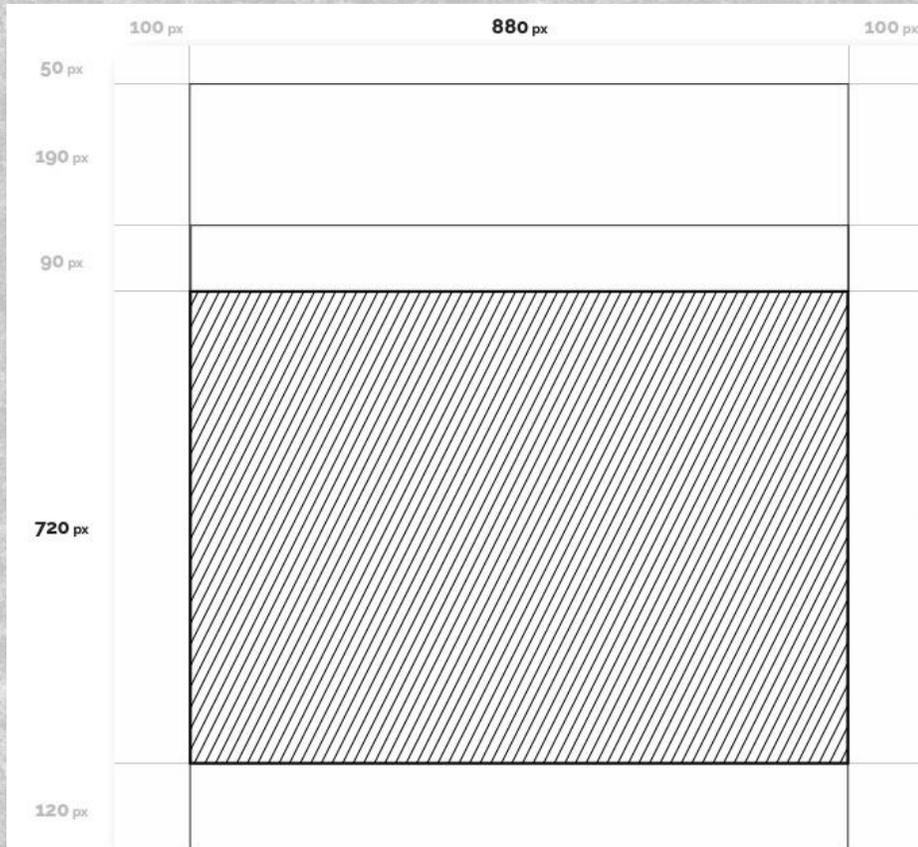


## Zone de sous-titre

- Celui-ci vient préciser le titre du visuel en introduisant le contenu présent en-dessous de lui.
- Si le titre du visuel est en langage accessible, le sous-titre restitue l'information dans ses termes les plus précis. Il précise la compréhension avec tous les éléments de rigueur de l'information.
- Ces informations ne sont pas utiles à la compréhension dans un premier temps mais assure que le visuel ne porte aucune imprécision.
- Pour ces raisons, il est en mis en forme dans le style léger.

# Le lecteur arrive ainsi au contenu en ayant déjà compris le visuel : il sait comment lire l'information

Il peut ainsi enrichir sa compréhension avec des informations annexes

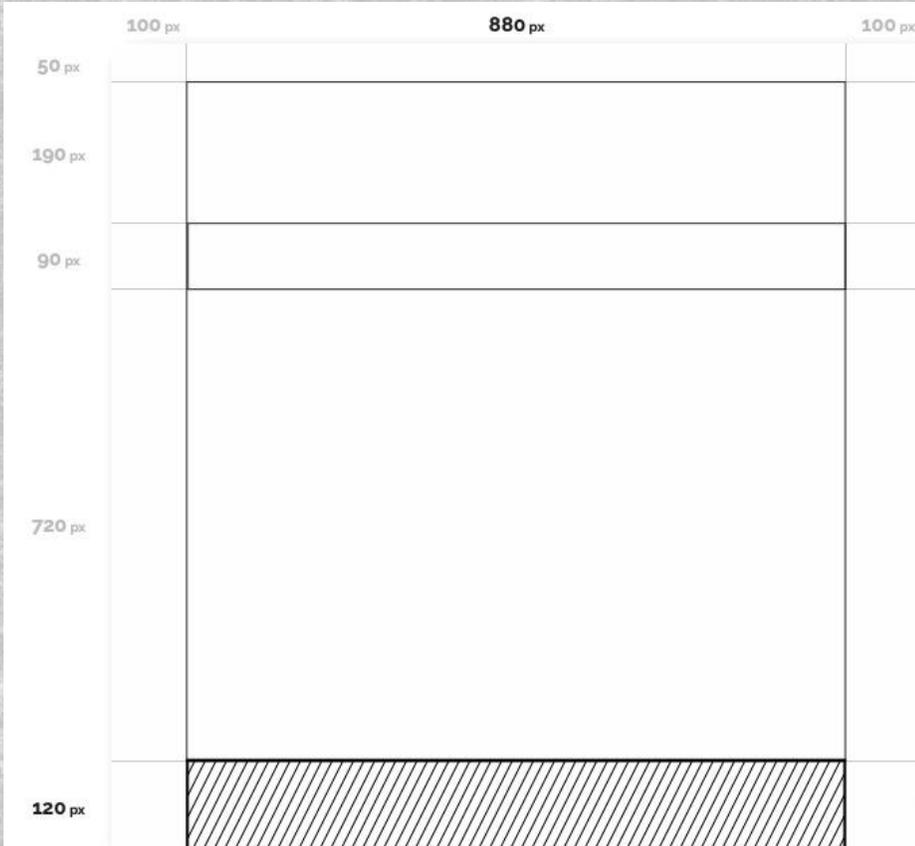


## Zone contenu

- Le contenu est la partie technique du visuel. Elle vient préciser le message clef en usant du savoir-faire graphique de datagora pour restituer la finesse de l'information.
- Le contenu doit situer dans objet technique (graphique, schéma, carte, données) le message principal tout en apportant des éléments de compréhension annexes.
- Ainsi, la manifestation du message clef doit y être en style impactant alors que les éléments annexes y sont en style léger.

# Peu importe où sont diffusés les formats et par qui, il est toujours possible d'avoir la source.

Le pied de page permet de remonter à la source et à Datagora



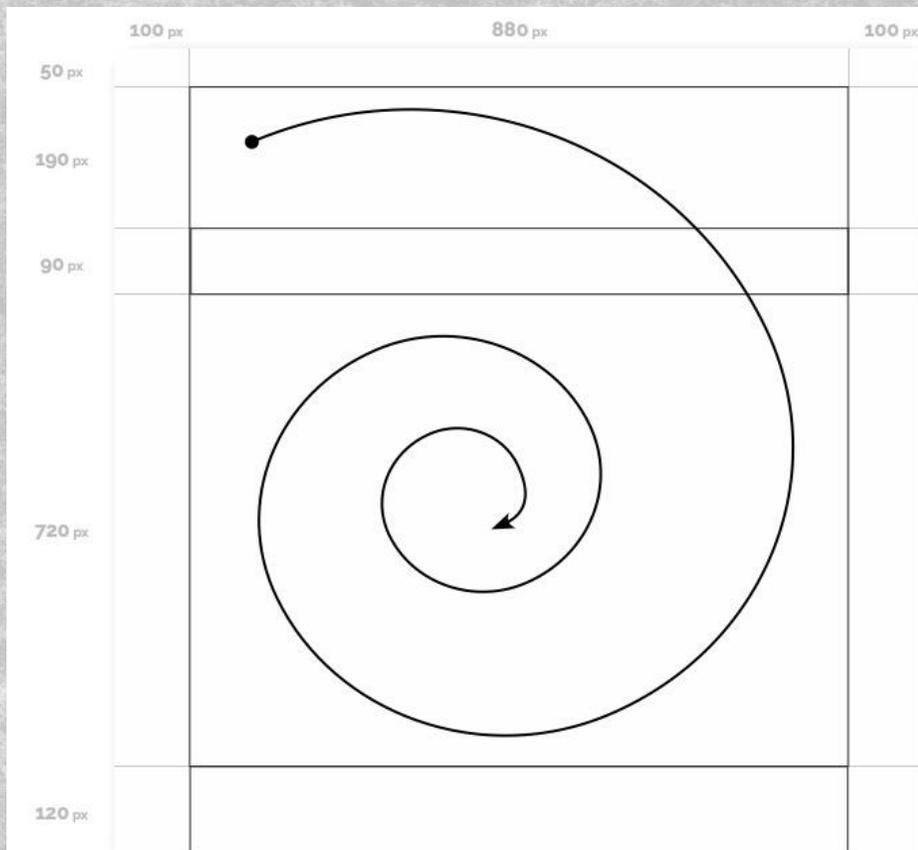
The diagram illustrates a page layout with a footer area. The page is divided into three vertical columns: a left margin of 100 px, a main content area of 880 px, and a right margin of 100 px. The vertical dimensions are marked on the left side: 50 px for the top margin, 190 px for the first content block, 90 px for the second content block, 720 px for the third content block, and 120 px for the footer area. The footer area is shaded with diagonal lines and is located at the bottom of the page.

**Pied de page**

- Le pied de page est invariant et présent sur l'ensemble des visuels.
- Il garantit que les sources sont présentes sur chaque visuel et labelise chaque visuel de la marque datagora.

# Cette structure facilite également le respect de la hiérarchie de l'information.

Si les règles sont bien respectées, l'oeil suit le chemin de narration voulu



## • Hierarchie de la structure et chemin de narration

Titre



Contenu principal



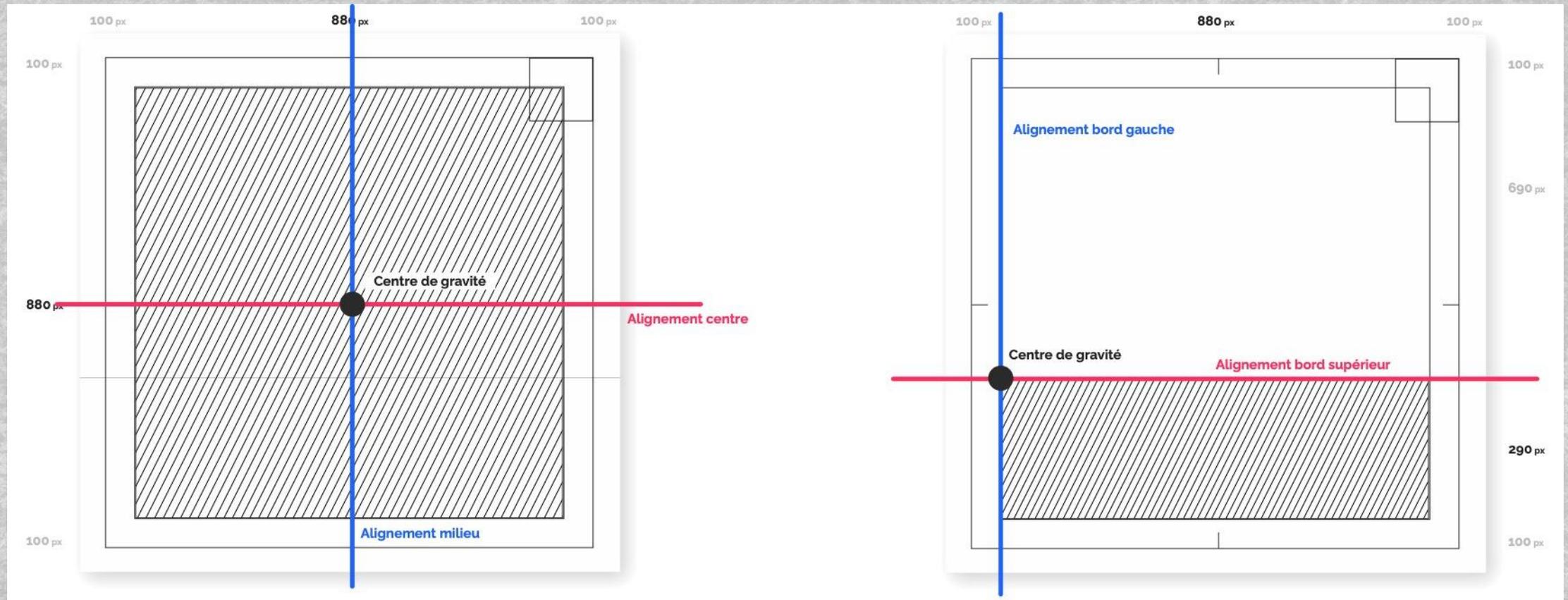
Sous-titre



Contenu annexe

- **Aucun texte ne doit être écrit plus gros que le titre.**
- **Vient ensuite le contenu principal dont les éléments doivent être imposants mais laisser le premier plan au titre.**
- **Puis l'oeil doit se focaliser sur le sous-titre qui, en théorie, est écrit plus grand que les éléments annexes.**
- **Et enfin, le lecteur peut se plonger dans les notions annexes.**

# Pour ce faire, les visuels doivent n'avoir qu'un seul centre de gravité pour éviter de perdre l'œil.



# La gestion de couleur chez Datagora est un bon exemple de l'utilisation des règles de la charte.

Il se peut qu'une palette ne conviennent pas parfaitement pour un visuel

## • Répartition des couleurs sur le cercle chromatique



## • Couleurs de la palette originale (Saphir)



# Pourtant, dans la charte il existe des teintes qui peuvent s'intégrer à cette palette.

La palette Turquoise peut augmenter la palette Saphir

## • Répartition des couleurs sur le cercle chromatique



## • Couleurs de la palette originale (Saphir)



## • Couleurs de la palette additionnelle (Turquoise)



# Ainsi, en respectant une cohérence et les contrastes on créé un nuancier spécifique pour un objet du format.

## Une meilleure compréhension tout en conservant l'esprit de la palette

### • Répartition des couleurs sur le cercle chromatique



### • Couleurs de la palette originale (Saphir)



### • Couleurs de la palette additionnelle (Turquoise)

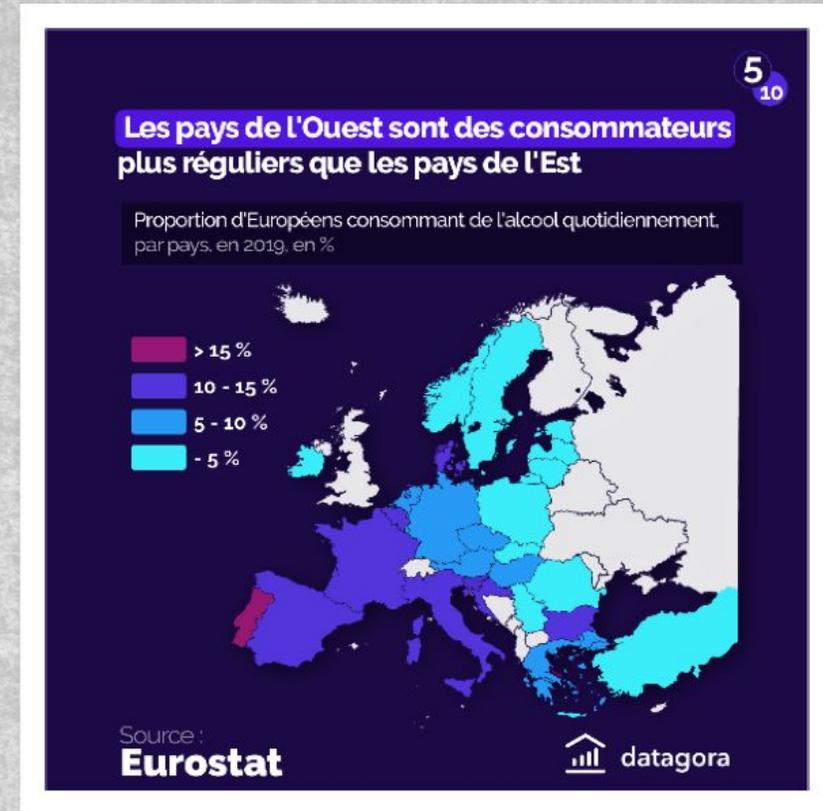
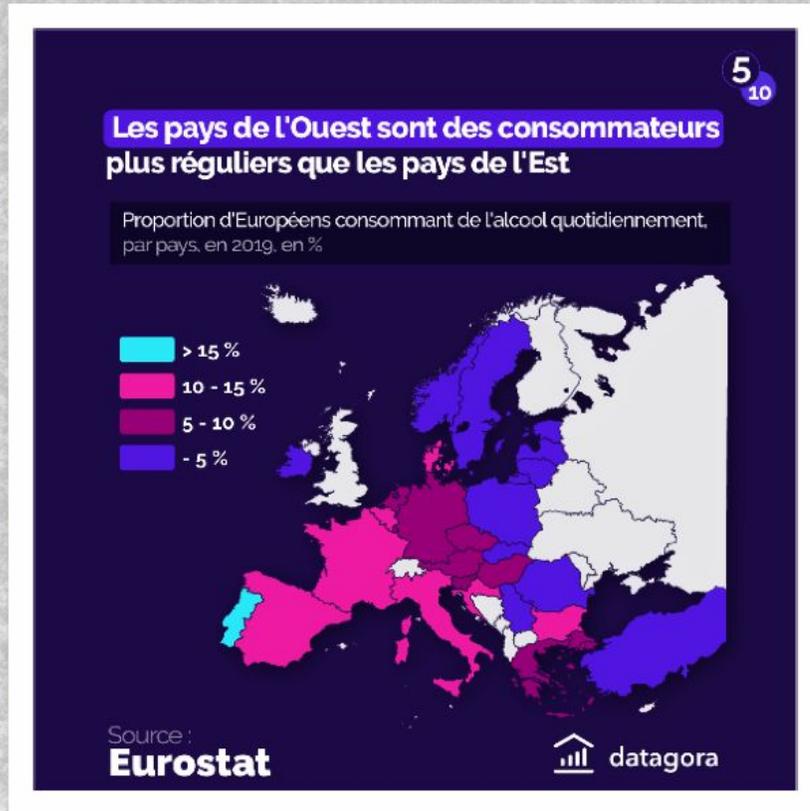


### • Couleurs de la palette originale augmentée



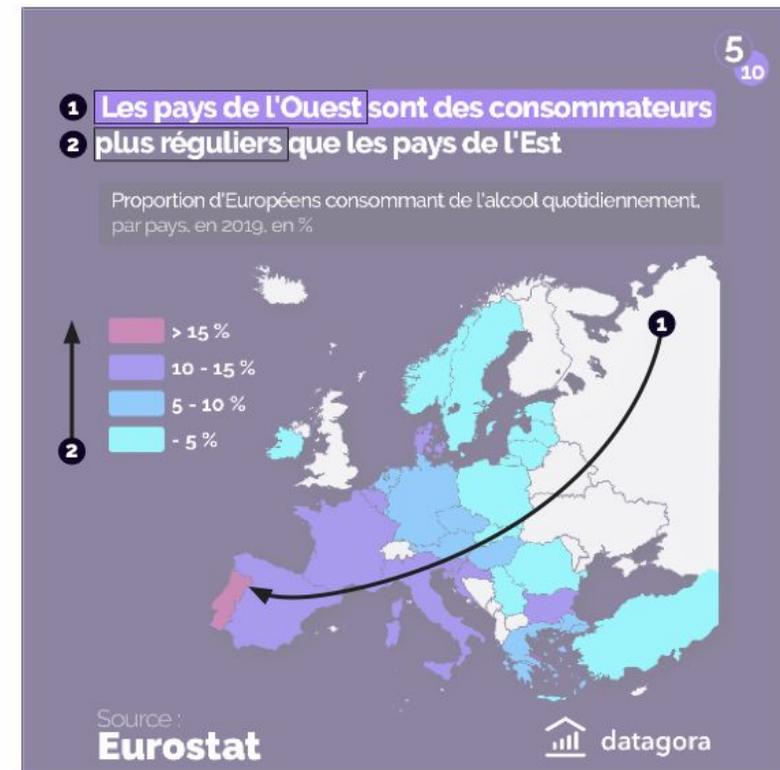
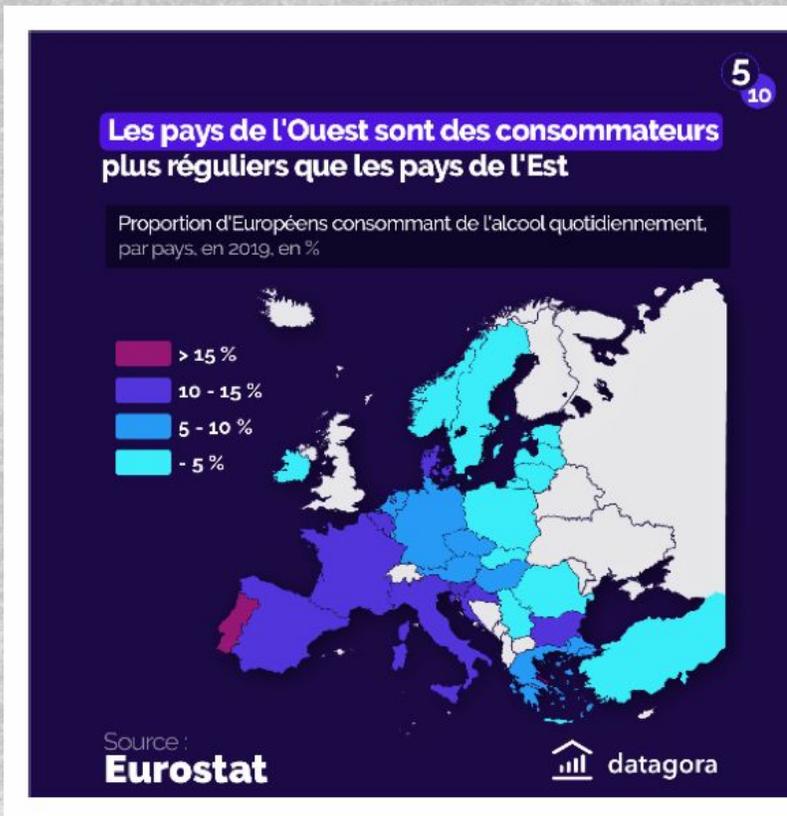
# Mis en application, ces principes aident à expliciter la compréhension d'une carte ou d'un graphique.

Comparaison avant et après le remaniement des couleurs de la carte



# Le visuel respecte la teinte dominante et les couleurs guident le regard dans la compréhension

On a un mouvement de lecture horizontal (1) et un mouvement vertical (2)



# Bien souvent, le texte est l'ennemi du design d'information car sa mise en forme est compliquée.

Il faut bien l'encadrer pour garantir la lisibilité

## Une invasion russe imminente ?

La Russie a déployé ces dernières semaines près de **130 000 soldats** à la frontière ukrainienne, et a lancé des exercices militaires et navals sans précédent.

Pour les États-Unis, la Russie pourrait envahir l'Ukraine **avant la fin des JO**, période pendant laquelle est traditionnellement respectée une « trêve » dans les conflits mondiaux.

Face à la menace, les échanges diplomatiques se sont accélérés ces derniers jours.

À noter : La Russie menace l'Ukraine d'invasion car elle craint notamment son adhésion à l'OTAN, l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord. Par ailleurs, Vladimir Poutine veut freiner l'expansion de l'OTAN vers l'Est, ce qu'il considère comme une menace pour la Russie.

↖ [Lien](#)

Le parti Renaissance a « **vocation à être ouvert** » aux citoyens et aux élus « d'où qu'ils viennent » pour « **toujours faire le choix des Lumières contre l'obscurantisme** », selon son délégué général Stanislas Guerini.

Son nom fait aussi référence à « **Renew Europe** », le nom de la liste de la majorité présidentielle pour les élections européennes de 2019.

↖ [Lien](#)

## Les bonnes pratiques à respecter

- Respecter une taille minimale
- Ne pas varier la taille des textes du même type (une seule taille pour les titres, une seule taille pour le corps)
- Mettre un nombre limite de lignes par paragraphe
- N'avoir qu'un seul alignement pour le visuel
- Limiter le nombre d'highlight
- N'avoir qu'une seule idée principale par visuel

# Sommaire

- 03 | Qu'est-ce que le design d'information ?
- 25 | La relation entre le fond et la forme
- 35 | Les questions à se poser avant de commencer à produire de l'information
- 42 | Utilité et structure d'une charte graphique
- 57 | Construire et structurer des formats
- 85 | **Petite mise en application**

# A vous de jouer !



**DIFFICILE**

## **ADRIEN QUATENNENS (LFI) VEUT IMMÉDIATEMENT BLOQUER LES PRIX DE PREMIÈRE NÉCESSITÉ, UNE MESURE DÉLICATE**

Création : 29 octobre 2021  
Dernière modification : 26 janvier 2022

Source : Europe 1, 27 octobre 2021



En France comme dans l'UE, les prix sont en principe libres. Tout blocage des prix est contraire aux textes, sauf exceptions. Le blocage des prix du gel hydroalcoolique était légal en raison de la pénurie et de la spéculation sur ce produit. Pour l'alimentaire, ces circonstances n'existent pas.

[Ici](#)

# A vous de jouer !



2<sup>e</sup>

Invité de Sonia Mabrouk sur Europe 1 mercredi 27 octobre, le député insoumis du Nord Adrien Quatennens a réitéré la proposition faite par Jean-Luc Mélenchon de bloquer les prix de première nécessité.

EST-CE QUE C'EST POSSIBLE ?

**DIFFICILEMENT**

Cette proposition rentre en conflit avec le droit européen, on t'explique pour quoi ! →

LES SURLIGNEURS

3<sup>e</sup>

**1 LES PRIX SONT LIBREMENT FIXÉS PAR LES ENTREPRISES**

Le droit de l'Union européenne garanti aux biens et aux services de circuler librement au sein de l'Union européenne. Le prix doit être déterminé par l'offre et la demande.

Q Un blocage des prix fausse la concurrence.

Seule exception :  
Les personnes en situation de précarité.  
La Commission européenne a autorisé les États à aider les ménages modestes avec des aides et des baisses de taxe.

• Point 26 de la décision Anode  
• Directive 2019/944

LES SURLIGNEURS

# Retour aux sources.

**Théo CAILLIEREZ**

[theo.caillierez@datagora.fr](mailto:theo.caillierez@datagora.fr)