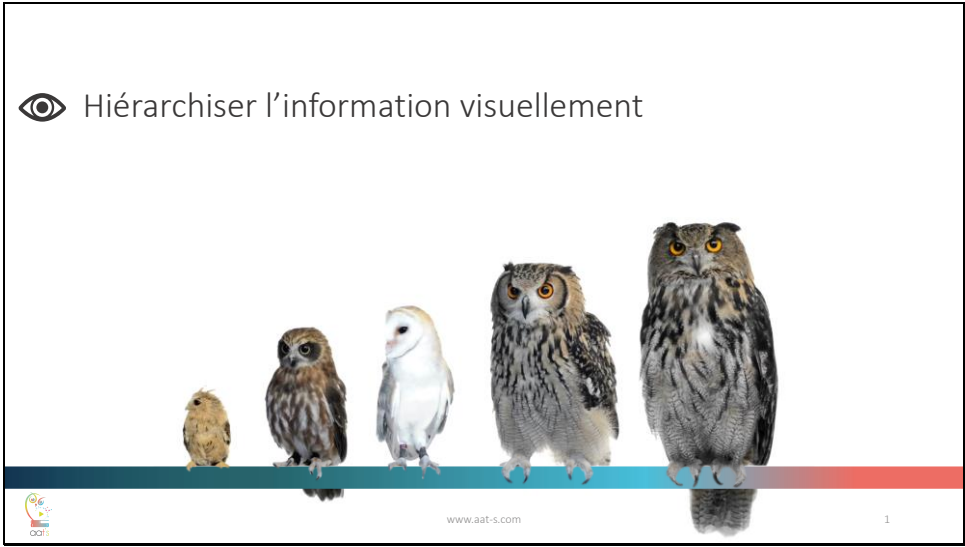


Diapositive 1

👁️ Hiérarchiser l'information visuellement



Diapositive 2

Hiérarchiser l'information visuellement

La taille pour impacter la visibilité

CRACKING
PERFORMANCE

[Ta problématique]

Ton nom et prénom
Nom de ton école
2019
Intitulé de ton diplôme

(éventuellement le type de présentation :
mission professionnelle, étude
comparative, mémoire ...etc.)


www.aat-s.com

Si les « *plus gros, le logo* » est une aberration pour diverses raisons, jouer avec la taille le reste du temps est évidemment efficace. C'est un bon moyen pour mettre l'accent sur les éléments visuels. De façon générale, les éléments plus grands attirent davantage l'attention que les éléments plus petits.

C'est pour cette raison que les titres des journaux apparaissent toujours plus grands et que les articles importants ont souvent des titres plus gros que ceux des articles du reste de la page. Ainsi, les éléments les plus importants, qu'il s'agisse de mots ou d'images, sont non seulement les plus visibles, mais ils véhiculent également un message plus fort.


Dans l'exemple ci-dessus, notez comment le plus grand mot est tellement frappant qu'il en est presque agressif. La réponse émotionnelle du lecteur est certainement plus susceptible de concerner le premier mot que le second. Le design ne serait certainement pas aussi efficace si ces deux mots étaient de la même taille ou si un troisième mot venait modifier l'équilibre global.

Diapositive 3



Hierarchiser l'information visuellement

La taille pour impacter la visibilité



SHAPES OF LONDON

Crédit : Yoni Alter

www.aat-s.com

3

Un autre principe important, c'est le concept d'échelle : la taille d'un objet par rapport à un autre. Un seul objet, peu importe sa taille, n'a aucune d'échelle. Sauf s'il est mis en comparaison avec un autre. Cela permet de créer un équilibre et de nous concentrer sur les éléments dominants. Et donc plus l'échelle est grande, plus l'accent mis sur l'objet est important.

Diapositive 4



Hiérarchiser l'information visuellement

La perspective pour créer de la profondeur





Credit: Bonovista

www.aat-s.com

4

En utilisant la perspective, les designers créent une illusion de profondeur pouvant aller de quelques centimètres à plusieurs kilomètres. Et parce que la profondeur fait partie du réel, cela nous donne alors l'impression que certains objets sont plus proches que d'autres et en altèrent les dimensions. Non content de focaliser notre attention sur certains éléments, la perspective peut aussi permettre de créer un sentiment de proximité avec l'élément principal de la composition.

Diapositive 5



Hiérarchiser l'information visuellement

La couleur et le contraste pour attirer l'attention



Crédit : Spotify

www.aat-s.com

5

Tous comme les éléments plus gros sont perçus comme plus importants, une couleur vive attire souvent plus l'attention qu'une couleur terne. Si, par exemple, une seule phrase dans un bloc de texte est mise en évidence grâce à une couleur vive, elle attire alors immédiatement l'attention du lecteur.

Observez l'image ci-dessus. Celle-ci attire nettement plus l'attention tandis que les couleurs naturelles ont été passées en nuances d'orange et de violet. Le contraste est ensuite produit par la couleur complémentaire opposée à l'orange, un bleu particulièrement vif. Des couleurs très contrastées peuvent également mettre en valeur des éléments spécifiques. Un objet rouge sur un fond noir suscitera assurément plus l'attention que le même objet rouge sur un fond orange ou violet.

A contrario, une composition qui utilise trop de couleurs apparaîtra le plus souvent désorganisée et incohérente. Choisir la bonne palette de couleur nécessite une réflexion de fond, ce n'est pas quelque chose qui se fait au hasard. → ADOBE COLOR

Diapositive 6



Hiérarchiser l'information visuellement

La typographie pour hiérarchiser le contenu



www.aat-s.com 6

L'utilisation de plusieurs variantes et tailles de caractères va non seulement mettre l'accent sur ce qui est important, mais cela va aussi permettre d'organiser la composition et l'équilibre global du document.

Et même si vous utilisez une seule police d'écriture dans votre composition visuelle, les variations de sa taille et de sa graisse vont attirer l'attention sur des éléments plus importants et créer une composition facile à lire et à comprendre.

Afin que la typographie demeure lisible de loin sur une affiche, on fera non seulement attention à la taille des caractères, mais on bannira l'usage de typographies à contours.

Un marketing électoral pour le moins osé, mais qui a le mérite de l'efficacité. Pour les élections municipales à Dijon, l'équipe de la liste écolo indépendante menée par Bruno Louis a eu une idée originale pour sortir de son relatif anonymat : inscrire en très gros caractères le mot "sexe" sur ses affiches de campagne afin d'attirer l'attention.

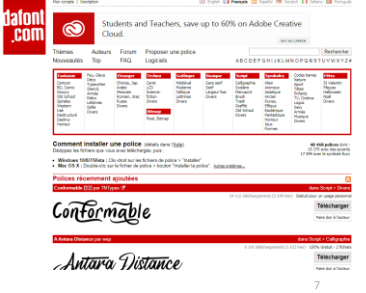
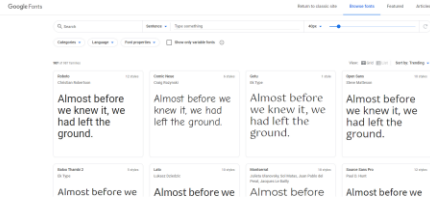
Diapositive 7



Hierarchiser l'information visuellement

Choisir correctement les polices

AI Les polices ne sont pas universelles !



www.aat-s.com

7


Vous l'aurez compris, la règle la plus importante est donc de garantir la lisibilité du message clé.

Les diapositives des présentations sont des médias du « coup d'œil », comme les affiches. Car le public doit immédiatement comprendre le message leur est adressé.

Prenons l'exemple des panneaux routiers : texte écrit en gros, une typographie claire, un code couleur évocateur ! Lorsqu'on roule, on doit pouvoir lire et comprendre très vite les indications routières afin de rester concentré sa conduite. Le message des panneaux doit donc être facilement lisible et compréhensible, il en va de sa sécurité et de celle de ses passagers.

Dans une diapositive l'approche graphique est similaire, le texte de la diapositive doit être clair, lisible et simple de façon à être rapidement assimilé par votre audience. Concevez votre texte de manière que l'auditoire soit en mesure de lire, déchiffrer et comprendre en 3 secondes le contenu pour être ensuite en mesure de reporter son intérêt sur votre propos oral.

Diapositive 8



Hierarchiser l'information visuellement

Choisir correctement les polices

AI Les polices ne sont pas universelles !



The image shows a composite of visual information. On the left, a woman with purple hair and sunglasses looks through binoculars. The main title is 'Hiérarchiser l'information visuellement'. Below it, the subtitle is 'Choisir correctement les polices'. A large 'AI' logo is followed by the text 'Les polices ne sont pas universelles !'. The central part of the slide features two screenshots. The first is a Google Fonts search for the text 'Almost before we had left the ground', showing various font styles. The second is a screenshot of the Dafoni.com website, which includes a navigation menu, a list of fonts, and a section titled 'Comment installer une police' with instructions and a 'Télécharger' button. The website also features logos for 'Conformable' and 'Antara Distance'.

Choisir correctement les polices

Attention, une police est installée sur votre machine uniquement. C-à-d que lorsque vous aller passer votre travail à un collègue qui n'a pas installé votre police, les logiciels la remplaceront par une police par défaut et l'effet que vous vouliez produire partira en fumé !



Hiérarchiser l'information visuellement

Choisir correctement les polices

A **I** Sérif ou sans sérif ?



www.aat-s.com

9

Au niveau des polices, il y'a 2 grandes familles : Se-rif (à empattements) et Sans Serif (sans empattements).

Pendant longtemps, les polices Serif dominaient le paysage de la typographie.

Leader incontesté, ce sont elles qui ont marqué l'histoire de leur empreinte, et cela depuis les tous premiers mots gravés dans le marbre. Il ne semblait pas possible d'imaginer écrire sans ces empattements qui prolongeaient élégamment les lettres...

Puis les polices Sans Serif sont arrivées. D'abord préconisées pour un usage plus moderne de l'écriture et, surtout, pour la lecture sur écran, une zone restreinte et vite pixellisée. Là, les empattements devenaient inconfortables...

Pour résumer, les polices sérif sont utilisées pour donner un aspect d'ancienneté, de sérieux et de bonne réputation, alors que les polices sans sérif sont plus simples, plus modernes, plus conviviales, bref ... plus dans l'air du temps.

Dans le camp des **Serif**, l'on pouvait trouver **Georgia, Garamond, Times New Roman ou Baskerville**

Les équipes de campagne des **Sans Serif** comptaient quant à elles dans leurs rangs des noms aussi connus que **Helvetica, Open Sans, Proxima Nova ou Arial**.

Ainsi, prendre **une Sérif avec une sans serif** est une combinaison gagnante. Certes on sort pas des sentiers battus, mais cela reste une bonne association. Par exemple : le titre avec une police Serif et le texte avec une police sans Serif.

En résumer



Hiérarchie visuelle

Repérer les mots clés et les mettre en avant
Le taille impact la visibilité
La perspective pour créer de la profondeur
La couleur et le contraste pour attirer l'attention

La typographie

La typographie pour hiérarchiser le contenu
Les polices ne sont pas universelles. On peut en télécharger sur des site comme Dafont
ou Google font
Il y'a 2 familles de polices : avec sérif ou sans sérif

